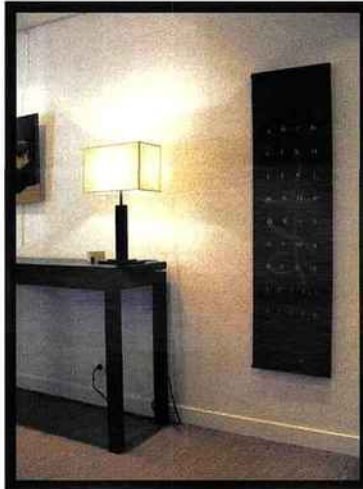


Les news des marques

Par Sokha Keo



Les KAKEMONOS d'Albert Boton

Créateur de lettres, Albert Boton est internationalement reconnu pour ses alphabets et ses logos qui symbolisent les marques les plus prestigieuses à travers le monde telles que Christian Dior, Larvin et Lancel. Depuis peu, il s'est lancé dans la conception graphique et ludique de lettres sur des paravents ou des kakemonos. Albert Boton joue avec elles, les déforme, les déstructure ou encore les calligraphie au gré de son imagination et de son inspiration. Suspendus sur un mur, les kakemonos apportent une touche créative à l'univers intime d'une pièce et les paravents savent protéger le secret tout en le révélant.

ARIANE PETERSEN élargit son domaine de compétences

La créatrice de la marque de bijoux Bague à Part investit un nouveau territoire pour l'été 2007. Sous le nom Ariane Petersen Design, elle s'intéresse désormais aux sacs à main. Conçue pour les femmes actives, adeptes des grands formats, cette ligne de maroquinerie propose des sacs très pratiques, équipés de poches multiples, de porteclefs intérieurs, de pochettes extérieures. Tous les modèles, déclinés en peaux souples et dans une large gamme de couleurs, sont assortis de portefeuilles.

QUIKSILVER : un Comité de l'innovation efficace

Mis en place en septembre 2006 par Pierre Agnès, président de Quiksilver Europe, le Comité de l'innovation porte ses fruits. L'ensemble du personnel y participe et chacun s'exprime sans aucune règle ni restriction. Un blog, créé spécialement pour l'occasion, permet au Comité de rapporter toutes les avancées technologiques de la marque. Déjà, de nombreuses nouveautés ont été présentées à l'occasion de la dernière édition d'Isipo : veste multimédia à caméra embarquée, bonnets anti-chocs, ligne de bagages premium, casque bluetooth.



PROJEKTS NYC, à suivre !

Créée en Grande-Bretagne en 2004, cette marque s'inspire des quartiers new-yorkais de Brooklyn, de Harlem, du Queens et du Bronx. Les collections sont illustrées par Bossman, un personnage à chapeau et au profil mystérieux devenu la mascotte de la griffe. Distribuée dans toute l'Europe (Italie, Espagne, Allemagne, Benelux, Suède, Islande et Norvège), Projekts NYC bénéficie d'un réseau sélectif de cent détaillants multimarques en France. En termes de communication, la marque sponsorise de nombreux événements, dispose d'un plan média d'envergure et elle vient de signer un partenariat avec Darren Bent, un joueur de foot anglais.

La performance selon PORSCHE DESIGN ET ADIDAS

Pour l'été prochain, Porsche et Adidas présentent une collection homme innovante. Issue de cette collaboration atypique, la première ligne de produits Porsche Design Sport se concentre sur quatre catégories sportives : la course automobile, le running, le golf et le tennis. Les vêtements, chaussures et accessoires, ont été conçus dans un jacquard, lycra, microfibras et cachemire. Pour assurer un confort parfait aux différentes activités, plusieurs technologies sont utilisées : le Coolmax pour réguler l'humidité ou encore Formotion pour accroître la liberté de mouvement. La gamme des couleurs se compose essentiellement de noir, blanc, gris métallisé, rouge et bleu. Avec la volonté d'établir une marque high-tech, basée sur un partenariat à long terme, la ligne est reconnaissable au cogrillage Porsche Design et Adidas.

G=9.8 signe une gamme sportswear

Après les sous-vêtements en fibres de bois destinés à l'ensemble de la famille, g=9.8 élargit son offre avec une ligne de vêtements. Exclusivement dédiée à la femme, cette collection se compose de modèles simples, fidèles au style de la marque. Les bodys à manches longues, les tops à bretelles, les pantalons, les combishorts et les petites robes soulignent les lignes tout en restant très confortables. La nouvelle palette de coloris propose une déclinaison de vert, de rouge carmin et de bleu nocturne. Parallèlement à ce développement, g=9.8 sera désormais vendu à partir de son site Internet afin d'entretenir un lien privilégié avec la clientèle et de pratiquer des prix de vente les plus bas possible.



DUCATI séduit par ESQUAD

La mythique maison italienne s'est adressée à la marque de jeans pour motards Esquad pour créer une série limitée. Les modèles de pantalons sont fabriqués dans une nouvelle génération de tissus ayant une résistance égale à celle du cuir. Ils reprennent les coupes ergonomiques des références E-Strong et E-Rwin, enrichis de broderies Ducati, personnalisés sur les poches plaquées et allégés au niveau des renforts. Cette série limitée est disponible dans le réseau Ducati, en version homme et femme (environ 395 €).

BARTS soigne le design

Le repositionnement de la marque néerlandaise, reconnue à l'origine pour ses accessoires techniques, porte ses fruits. À chaque saison, l'équipe de stylistes renforce ainsi l'image de Barts. Pour l'hiver 2007-08, les chapkas et les chapeaux en fausse fourrure remportent un énorme succès et la gamme fourrure a été étoffée avec des après-skis et des sacs. Les ponchos pour enfants, introduits l'année dernière, font désormais partie de la collection adulte. Autre bonne nouvelle : la fondation Respect the Mountains, créée il y a trois ans, comprend son premier employé à temps plein. Preuve que les campagnes de sensibilisation des gens sur le respect de l'environnement en montagne peut être efficace !

KIPLING crée une ligne junior

Afin de mieux cibler les 14-18 ans, fans de Hip Hop et de graphisme, la marque lance une gamme de produits à petits prix pour susciter un achat d'impulsion. Baptisée Gorilla Girl, elle se distingue par deux imprimés différents. Les jeunes filles préféreront certainement Discoteca Black pour aller en club tandis que les adeptes du graffiti opteront davantage pour Crazy Monkey. Au total, une quinzaine de pièces a été développée : tops, blousons en satin ou en velours, culotte, slip kangourou, tee-shirt à manches longues... Le célèbre singe, mascotte de Kipling depuis ses débuts, bénéficie également d'un petit relooking et se décline en plastique. Gorilla Girl sera disponible pour la saison automne-hiver 2007-08.



BE YOU K surfe sur la vague du slim

Sans laisser de côté son modèle phare, le sarouel, la griffe bordelaise lance à son tour un modèle de slim à petit prix (50 €). Imaginé comme une alternative à l'incontournable pantalon noir moulant, il est disponible en huit coloris (bleu électrique, orange, rouge, marine, jaune, blanc, noir, kaki) et deux types de gabardines. Pour se différencier, ce modèle bénéficie d'une nouvelle étiquette, au dos, s'inspirant de l'Union Jack, le drapeau anglais.

DROLATIC enrichit la collection homme

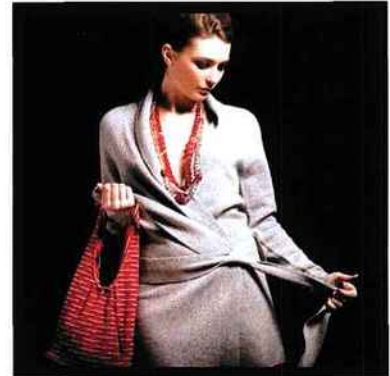
Forts du succès de la ligne de tee-shirts pour homme, les créateurs de Drolatic poursuivent sur leur lancée en développant toute une collection. Désormais, le client fidèle de la marque pourra découvrir, dès l'hiver prochain, une dizaine de modèles - pulls, gilets, chemises, pantalons en velours et à carreaux - déclinés dans une palette de coloris très sobres (de 55 € à 175 €). Drolatic, qui s'appuie sur un réseau de vingt points de vente en France et cinq en Belgique, réalise un chiffre d'affaires de 150 000 €, en progression constante.

« SUPER TEAM 33 », un projet en bonne marche

Pour distribuer quatre séries limitées exceptionnelles, New Balance sélectionne 33 détaillants. Ce projet mondial, qui se déroulera tout au long de l'année, met à contribution les équipes mondiales de la marque. Après avoir lancé un modèle conçu par les Etats-Unis au premier trimestre, l'équipe japonaise diffusera une nouvelle création. Ce sera ensuite au tour de l'Europe, puis de l'Asie. Ces séries limitées sont commercialisées par des boutiques choisies pour leur influence auprès des trendsetters. En France, le concept store Colette, à Paris, assure la diffusion de ces quatre séries sur la base du modèle M1400.

Collaboration entre DR MARTENS ET YOHJI YAMAMOTO

Les deux marques s'associent pour une mini collection de cinq modèles, édités en série limitée, pour l'hiver 2007-08. Ils seront distribués dans des points de vente sélectifs. Cette ligne mêle le style sobre et épuré du créateur japonais aux codes emblématiques - semelle translucide, surpiqûre jaune et languette - de Dr Martens. Le rouge cerise, le violet et le noir, sont associés à des détails comme les boucles métalliques. Chaque modèle portera la signature de Yohji Yamamoto.



ZAZA FACTORY, des pièces uniques « made in Myanmar »

La marque d'accessoires de mode, née de la rencontre entre la créatrice Isabelle Grandval et les femmes birmanes, s'impose de plus en plus. Les collections, composées de pièces uniques, proposent des bijoux d'inspiration ethnique en opale, jade, nacre, cristal et verre taillé. Les sacs, fabriqués en tissus originaux, se portent en bandoulière et se déclinent dans des couleurs printanières. Pour pousser la solidarité jusque dans les détails, Isabelle Grandval enrichit ses modèles de boutons vintage achetés chez Emmaüs. Pour la première fois, elle développe une collection pour Régina Rubens, disponible dans les boutiques éponymes. Par ailleurs, du 2 au 30 avril 2007 Zaza Factory partagera avec la marque de bijoux Cruselita un corner éthique au Printemps.

CATERPILLAR, de la chaussure au sac

Après six mois de galop d'essai, la ligne de bagagerie Caterpillar devrait rapidement trouver son public. Pour l'hiver prochain, la marque accentue la commercialisation de ses produits, une agence commerciale ayant repris en charge la force de vente. La collection pour homme et femme, composée d'une cinquantaine de modèles, comprend aussi bien des besaces idéales à porter tout au long de la journée que des trolley pour s'évader le temps d'un week-end. Déclinée en jeune/noir, gris foncé, noir/rouge et camouflage, cette ligne cible les jean-neurs, chausseurs et maroquiniers.

ROSSIGNOL, version vintage

Pour célébrer son centenaire, Rossignol modernise son emblématique coq bleu-blanc-rouge et revisite ses codes de manière contemporaine et citadine. À travers vingt-deux modèles, neuf en femme et treize en homme, la marque française rend hommage à tous les compétiteurs ayant marqué son histoire. Les modèles classiques, comme le blouson Windstopper, proposent des coupes ergonomiques et se déclinent dans des écosais soulignés de bord-côtes tricolores. Les garçons portent des parkas aux allures de doudoune, et complètent leurs tenues de pulls de moniteurs, de polos et de bonnets. Un air de déjà-vu, que l'on redécouvre avec plaisir !