

# L'INTERVIEW : SÉVERINE TRÉFOUEL, FONDATRICE DE SIMON-SIMONE



C'EST AUSSI ÇA LA FORCE DE LA MAISON DE LA MAILLE ; S'UNIR AVEC DES PERSONNALITÉS PHARES DE LA CRÉATION ET DE L'ENTREPRENARIAT DANS LE MADE IN FRANCE ET LE COMMERCE ÉTHIQUE POUR FAIRE NAÎTRE DES PROJETS COLLABORATIFS INNOVANTS, SURPRENANTS ET UNIQUES. AUJOURD'HUI, C'EST SÉVERINE TRÉFOUËL, FONDATRICE DU CONCEPT STORE SIMON-SIMONE AVEC LEQUEL LA MAISON DE LA MAILLE A COLLABORÉ RÉCEMMENT, QUI A RÉPONDU À QUELQUES QUESTIONS. RENCONTRE.

SÉVERINE, POUVEZ-VOUS NOUS EN DIRE PLUS SUR QUI VOUS ÊTES, SUR SIMON-SIMONE ?

J'AI TOUJOURS TRAVAILLÉ AU SEIN DE TRÈS GROS GROUPES COMME LVMH, KEYRING, ETAM, LA REDOUTE COMME RESPONSABLE DE LA BUSINESS UNIT, DANS LE SECTEUR DE LA FINANCE, DU MARKETING PRODUIT ET PLUTÔT DANS LA MODE. JE N'AVAIS, AVANT SIMON-SIMONE, JAMAIS ÉTÉ DANS L'UNIVERS DE LA DÉCORATION. AUJOURD'HUI, SIMON-SIMONE C'EST UN CONCEPT STORE, JE N'AIME PAS TELLEMENT LE TERME DE MARKETPLACE, TRÈS SÉLECTIF DE MARQUES FRANÇAISES POUR 95% ET MADE IN EUROPE POUR LES 5% RESTANTS. TOUTES LES MARQUES CHOISIES ONT POUR POINT COMMUN CET ASPECT ÉCO RESPONSABLE, LE CIRCUIT COURT, L'ARTISANAL, ET UN VÉRITABLE STYLE. LE SITE COMPTE 150 MARQUES ET 1500 PRODUITS.

COMMENT EST VENUE L'IDÉE DE CE PROJET ?

TRÈS LONGTEMPS, J'AI EU ENVIE D'ENTREPRENDRE MAIS JE N'ARRIVAIS PAS À TROUVER LE BON MOMENT POUR LE FAIRE. LE COVID A EU ÇA DE BON, SIMON-SIMONE A VU LE JOUR EN GRANDE PARTIE À CETTE PÉRIODE. JE VOYAIS AU DÉBUT DE LA PANDÉMIE, TOUT UN TAS DE MARQUES QUI N'AVAIENT PLUS ACCÈS À LEURS CLIENTS. J'AI ALORS PENSÉ QUE ÇA POURRAIT ÊTRE JUDICIEUX DE CRÉER COMME UN ÉCOSYSTÈME. L'IDÉE ? ÊTRE PLUS FORTS ENSEMBLE. SIMON-SIMONE EST DONC NÉ DE CE PROJET DE MARIAGE DES COMPÉTENCES POUR REGROUPER PLUSIEURS MARQUES ET AINSI OFFRIR AU CLIENT UNE EXPÉRIENCE PLUS GLOBALE QUE SUR CERTAINS AUTRES SITES DÉJÀ EXISTANTS. JE ME CHARGE DE TOUT CE QUI TOUCHE AUX FRAIS MARKETING, SOUVENT CONSÉQUENTS POUR LES PETITS CRÉATEURS, ET EUX ONT LA POSSIBILITÉ DE S'OUVRIRE AVEC LE SITE À UNE PLUS LARGE CLIENTÈLE.

TOUT LE MONDE Y GAGNE.

QU'EST-CE QUE SIMON-SIMONE A DE PLUS QUE LES AUTRES ?

L'ESTHÉTIQUE, LE DESIGN. INDÉNIABLEMENT.

POUR MOI, EN DÉCO, ON A UN COUP DE CŒUR POUR LE STYLE DU PRODUIT AVANT DE CHERCHER À ACHETER ÉCOLO. C'EST EN TOUT CAS COMME ÇA QUE PERSONNELLEMENT JE FONCTIONNE. LE PROBLÈME QUE JE RENCONTRAIS JUSQU'À PRÉSENT AVEC LA DÉCORATION ARTISANALE ET LE MADE IN FRANCE C'ÉTAIT JUSTEMENT CETTE DIFFICULTÉ À DÉNICHER DES MARQUES AVEC UNE VÉRITABLE FORCE ESTHÉTIQUE, UN DESIGN POINTU. SIMON-SIMONE EST LÀ POUR REGROUPER TOUTES CES MARQUES QUI

EXISTENT AUJOURD'HUI SUR LE MARCHÉ. J'AVAIS ENVIE DE ÇA, FOCALISER LES SÉLECTIONS AUTOUR DE LA QUALITÉ QUI EST ÉVIDEMMENT PRIMORDIALE, MAIS AUSSI DU STYLE.

POURQUOI LA DÉCO ?

L'ARTISANAT EST TRÈS IMPORTANT EN FRANCE, LA DÉCO EST VRAIMENT RICHE DE ÇA, BIEN PLUS QUE LA MODE QUI ÉTAIT PENDANT LONGTEMPS MON SECTEUR D'ACTIVITÉ. ET JE SUIS TRAUMATISÉE PAR LES STOCKS. CERTAINES ANNÉES J'AVAIS PLUS DE 10% DES ACHATS EN RÉSIDUEL MÊME APRÈS LES SOLDES, C'EST ABERRANT. J'AVAIS DONC À CŒUR EN ME LANÇANT SUR CE PROJET D'ENTREPRENARIAT, DE FAVORISER LE CIRCUIT COURT ET DE FAIRE DES PETITES SÉRIES, DE LA PRODUCTION À LA DEMANDE.

QUEL EST LE MESSAGE QUE VOUS VOULEZ VÉHICULER À TRAVERS CE TYPE DE PARTENARIATS ?

RASSEMBLER UNE COMMUNAUTÉ. IL EST IMPORTANT SELON MOI QUE L'ON SE RÉPONDE LES UNS LES AUTRES, NOUS SOMMES PLUS FORTS ENSEMBLE. AVEC SIMON-SIMONE, LES DÉPENSES MARKETING SONT GÉRÉES ET LES MARQUES PEUVENT ALORS SE FOCALISER SUR LA CRÉATION DE LEURS PRODUITS ET METTRE TOUTE L'ÉNERGIE LÀ-DEDANS. LE CÔTÉ COLLAB RÉPOND À CE BESOIN COMMUNAUTAIRE QUE J'AI VOULU METTRE EN AVANT AVEC LE CONCEPT-STORE ET LE « FAIRE-ENSEMBLE ». PAR AILLEURS, EN ÉTANT AU CŒUR DU SYSTÈME AVEC LE CONCEPT-STORE, JE VOIS BIEN MIEUX LES TROUS DANS LA RAQUETTE ET C'EST VRAI QUE LA MAISON DE LA MAILLE FAIT DES PRODUITS SOMPTUEUX MAIS TRÈS LUXE. L'IDÉE AVEC CE PARTENARIAT C'ÉTAIT DE POUVOIR IMAGINER ENSEMBLE UN PLAID MOINS CHER. NOUS AVONS CHOISI ENSEMBLE LES MESSAGES, LES COULEURS ET LA LAINE QUI EST UNE LAINES RECYCLÉE.

POURQUOI LA MAISON DE LA MAILLE ?

CHARLOTTE ET MOI NOUS AVONS BEAUCOUP D'AFFINITÉS. SI ON NE TRAVAILLAIT PAS ENSEMBLE JE PENSE QU'ON SERAIT BONNES COPINES. CE PROJET S'EST FAIT DE MANIÈRE TRÈS FLUIDE, NOUS PARTAGEONS LES MÊMES VALEURS, LES MÊMES ENVIES ET CHARLOTTE EST UNE VRAIE FORCE DE PROPOSITION DONC TOUT S'EST FAIT TRÈS SIMPLEMENT.

FAITES-VOUS BEAUCOUP DE COLLABORATIONS ?

DEUX POUR LE MOMENT, MAIS J'AIMERAI VRAIMENT POUVOIR DÉVELOPPER ÇA ENCORE DAVANTAGE. J'AIME L'IDÉE DE PROPOSER DES PRODUITS UNIQUES QU'ON NE PEUT PAS TROUVER AILLEURS. AUJOURD'HUI IL Y A LA COLLABORATION AVEC LA MAISON DE LA MAILLE ET NOUS AVONS ÉGALEMENT UNE LIGNE DE 3 CANAPÉS IMAGINÉS AVEC 1083, BELLEVILLE ET SPLICE. EN FLANELLE, EN DENIM ET EN

LIN, DONC. C'EST UN PARFAIT PRÉTEXTE POUR FAIRE CONNAITRE LES MARQUES MAIS AUSSI LE SITE, VÉHICULER ENCORE LES VALEURS DE L'ARTISANAT FRANÇAIS ET POUVOIR PRÉSENTER DE NOUVELLES CHOSES AU SALON DU MADE IN FRANCE.

LA PROCHAINE À VENIR ?

NON PAS ENCORE, MAIS JE VAIS M'Y METTRE PROMIS ! LA FIN D'ANNÉE A ÉTÉ BIEN INTENSE (RIRES).

ARTICLE ÉCRIT PAR LAURA ISAAZ

SUIVEZ NOTRE ACTUALITÉ :

**LA DOUCE LETTRE**