

YouNews

#1

Nouvelle co'
OTTAWA
en ligne

5 faits
sur Youni

*On vous
dit tout
sur ... le
velours !*

PASSER DE
L'IDEE AU
PROJET ?

#OOTM

Forever
Vacation :
LE POP-UP

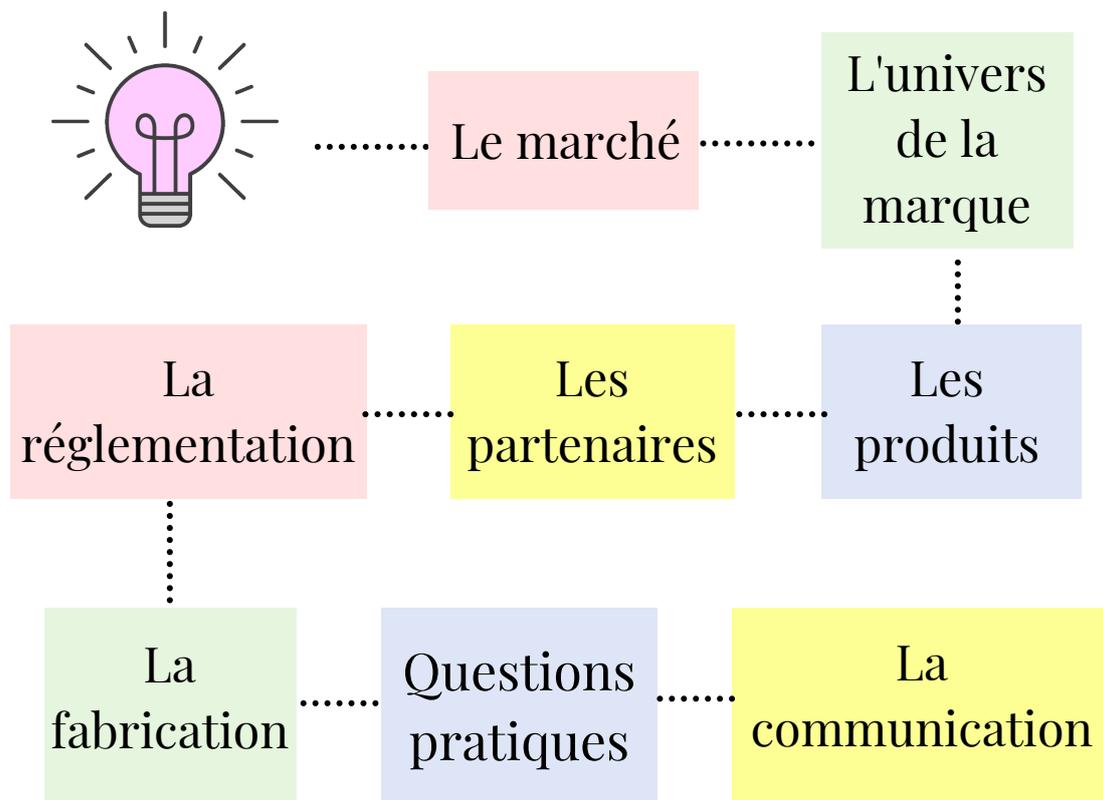
17 JANVIER 2022

yn

SOMMAIRE

Comment passer de l'idée au projet	p. 3
Nouvelle co' Ottawa en ligne	p. 6
On vous dit tout sur ... le velours	p. 7
# OOTM	p. 8
La bonne idée - Forever Vacation : Le pop-up	p. 9
La photo du mois	p. 10
5 faits sur Youni	p. 11

COMMENT PASSER DE L'IDEE AU PROJET ?



Avant de nous lancer pour de vrai dans l'aventure de la création de marque, nous avons souvent cherché des conseils, des expériences ou des témoignages sur internet. Mais les contenus que nous avons trouvés étaient trop théoriques et nous avons rapidement décidé de vivre notre propre expérience à fond. Je me souviens encore ce jour où l'on a créé ce schéma avec toutes les étapes qui nous paraissaient primordiales sans vraiment savoir ce qui se cachait derrière. Alors bien sûr, certains diront que l'ordre n'est pas le bon, d'autres que nous avons oublié des étapes ... et c'est peut-être le cas. Mais aujourd'hui, nous avons décidé de partager notre expérience et toutes les étapes qui nous ont permis de passer de l'idée au projet.

Dans un premier temps, nous avons laissé immerger **l'idée** et lui avons laissé la possibilité d'évoluer autant que possible pendant plusieurs mois. *N'hésitez pas à prendre des notes régulièrement et à ne surtout pas les jeter car une idée que tu abandonnes maintenant pourra redevenir au goût du jour demain. Aucune idée n'est bête. Je dirai qu'à ce stade, le plus dur est de faire des choix.*

Une fois notre vision plus ou moins précise, nous avons commencé à étudier **le marché** et ses possibilités. Quelle est la cible ? Notre position de niche ? La concurrence ? Des termes techniques qui font peur au début mais il ne s'agit que de connaître l'environnement dans lequel nous souhaitons évoluer. C'est un travail de recherches qui devient vite barbant car on ne voit pas le résultat immédiatement mais c'est une étape

très importante. Nous avons imaginé le profil type d'un acheteur et ses habitudes (sexe, âge, lieu, valeurs, motivations d'achat, etc) ; nous avons passé au crible un bon nombre de marques qui nous faisaient écho ; nous avons étudié les tendances. Tout ça dans le but de créer notre propre identité. *Ne néglige pas la précision de ta cible. A vouloir plaire à tout le monde, on finit par plaire à n'importe qui.* Dans un premier temps, mieux vaut se concentrer sur un nombre plus restreint de personnes mais les engager réellement.

La première étape de création a pour nous été celle de **l'univers de la marque**. Trouver un nom, dessiner un logo, imaginer un slogan. Nous avons passé des nuits entières à réfléchir, écrire, raturer, recommencer mais nous avons finalement trouvé l'identité qui nous ressemble. Il a aussi fallu établir une charte graphique regroupant nos couleurs et nos polices d'écriture. Nous avons également pris du temps pour définir notre style, les caractéristiques à donner à la marque et les valeurs que nous voulions véhiculer. *Si vous êtes en ce moment même dans cette phase, pas de panique, les meilleures idées arrivent souvent sans prévenir, au moment où l'on s'apprête à abandonner !*

Nous nous sommes très vite lancés dans la création de modèles. Sans forcément appliquer les codes graphiques, nous avons dessiné tous **les produits** auxquels nous pensions depuis la naissance du projet. Ils ont évolué au fil du temps pour correspondre à notre budget initial et convenir à nos exigences. Nous avons dû recommencer cette étape plusieurs fois mais cela en vaut clairement la peine. *Si j'ai un conseil à partager à ce niveau, c'est éclatez-vous, soyez vous-même. N'essayez pas de ressembler à ce qui existe déjà, construisez votre propre marque de fabrique.* Après avoir sélectionné nos dessins, nous avons fait appel à une graphiste indépendante pour qu'elle puisse nous construire un dossier design traitable par la partie production.

Comme nous ne fabriquons pas nous-même mais que la fabrication européenne était une condition importante à nos yeux, nous sommes partis à la recherche de fournisseurs français et portugais. Nous avons constitué au fur et à mesure une petite équipe de **partenaires**. Honnêtement, c'est une partie difficile à gérer car tout ne repose plus seulement sur nous. *La relation doit être basée sur la confiance et le respect mutuel. Lors de cette étape, croyez en vous et suivez votre instinct.*

Quel que soit le projet, on se retrouve forcément confronté à la question de **la réglementation** un moment donné. Cette étape nous a pris beaucoup de temps car nous manquions de connaissances et il a fallu se renseigner avant d'entamer les démarches. Bien sûr, c'est une étape qui se poursuit tout au long de la construction du projet mais nous avons fait le choix d'officialiser l'aventure avec tous les éléments en main. Dès les déclarations faites, nous avons pu ouvrir un compte bancaire et signer nos premiers contrats prestataires. Lors de cette étape, il est notamment temps de décider de la forme juridique et des éléments que l'on veut protéger. *Si vous ne maîtrisez pas le sujet, je vous conseille de vous faire accompagner. Et surtout, renseignez-vous sur les aides auxquelles vous avez droit !* Nous en avons profité pour construire le business plan, qui fera l'objet d'un futur article.

Une fois toutes ces étapes achevées, c'est le moment de lancer **la fabrication**. Lorsque l'atelier a reçu le fichier de la graphiste, nous avons eu plusieurs entretiens pour choisir les matières, les couleurs, les tailles. Après plusieurs semaines, nous avons eu entre les mains les prototypes afin de voir si le résultat nous convient et de procéder aux modifications. Nous avons ajuster les quantités et avons donné notre go pour lancer la production complète. *Là encore, il est impossible de tout contrôler. Alors tu dois t'assurer du respect des délais, te laisser une période de marge ou avoir un plan B en cas de retard.*

La production lancée, il est primordial de régler toutes **les questions pratiques**. Transport, stockage, livraison, paiement, packaging. Autant de questions qui nous ont hantées jusqu'à ce qu'on trouve les solutions. Pour cela, nous avons du comparer les différentes options qui s'offraient à nous. Il faut savoir qu'une solution idéale à un moment donné peut ne plus convenir quelques mois plus tard. Il est important d'en avoir conscience pour accepter de revenir en arrière et de se remettre en question de temps à temps. *Pour cette partie, le maître mot est la patience, croyez nous !*

Enfin, la dernière étape avant la mise en vente des produits : **la communication**. Elle ne se termine jamais réellement puisqu'après la campagne de lancement, il faut effectuer un travail régulier pour faire développer la marque. Il s'agit d'une grosse partie du travail et cela prend beaucoup de temps. Pour le lancement, nous avons finalisé le site avec l'aide d'un ami, nous avons organisé un shooting photo et nous avons préparé du contenu. Il serait intéressant d'en faire un article à part entière. Depuis le lancement, nous alimentons régulièrement nos réseaux sociaux, nous travaillons sur des partenariats ou des éventuelles collaborations avec des boutiques. J'aime beaucoup m'occuper de cette partie car elle laisse place à la créativité. *Je pense que la meilleure façon de la mener à bien, c'est de la faire avec passion et avec la conviction que tout en possible.*

Evidemment, toutes les phases du processus de création de marques ont été simplifiées. Dans la réalité, certaines ont été réalisées en même temps ou en plusieurs fois. Nous avons toujours essayé de nous adapter en fonction de la situation pour avancer le plus efficacement possible.

Nouvelle co' Ottawa en ligne



25 € L'UN 45 € LES 2
A partir du 19/01 à 18h



Idéale pour l'hiver, la collection Ottawa fait son entrée avec ses bonnets de 7 coloris différents : menthe, rouge, gris chiné, vert sapin, blanc, bleu ciel et noir. Ils sont chauds, confortables et stylés, vous allez les adorer ! Découvrez la nouvelle collection OTTAWA sur le site internet : <https://www.youni-clothes.fr/boutique/ottawa/>

On vous dit tout sur ... le velours !



Vous le connaissez peut-être côtelé, frisé, ras, nicky ou bien minky, le velours est très tendance ces derniers temps. Connue pour son aspect doux et chaud, il ne désigne pas une matière à proprement parler mais une façon de travailler le tissu et d'entrecroiser les fils. En effet, il existe le velours de soie, de coton, de laine, de lin mais également le velours synthétique. Il est très utilisé dans les domaines de l'habillement et de l'ameublement.

Le velours est un tissu venu d'Orient qui s'est beaucoup développé dans les villes italiennes à partir du XIV^e siècle. Longtemps considéré comme un tissu noble, il s'est démocratisé au XIX^e siècle grâce aux pantalons des ouvriers. Le velours a su s'imposer et dépasser les époques car il est, aujourd'hui, toujours présent dans nos armoires et dans les défilés de haute-couture.



Le velours, qui a bien un endroit et un envers, est créé selon un procédé de tissage spécifique. Il existe différents traitements selon ce que l'on souhaite en termes de souplesse et de douceur. Revenons brièvement sur les principaux types de velours :

- côtelé : à bandes parallèles formées alternativement de poils ras et pleins
- frisé : avec des poils frisés formant des boucles
- ras : à poils ras et denses, proche de la suédine
- nicky : à poils ras spécialement élastique utilisé pour les tenues de sports
- minky : lisse ou avec des motifs incrustés, particulièrement moelleux, il est beaucoup apprécié par les enfants.

Retrouvez chaque mois un très bel outfit composé avec un produit Youni.



- T-shirt Youni'k 29€99
- Jean mom bicolore noir et bleu
- Doudoune beige
- Converse run star like beiges
- Bijoux or



Forever Vacation : LE POP-UP



Pour ce premier numéro, nous avons souhaité revenir sur le récent succès de la jeune marque Forever Vacation qui a organisé son premier pop-up à Paris.

Forever Vacation est né en 2017 grâce à Maxime dit Flub sur You Tube. Par son vécu, il a réussi à créer un univers basé sur l'expérience et la recherche de sens. En effet, il a arrêté ses études après le bac pour se consacrer à sa marque de vêtements. Avec sa bande potes, il a commencé à imprimer des T-shirts en sérigraphie dans une cabane dans son jardin. Aujourd'hui, ils louent un local.

Le 19 décembre, la marque a organisé un pop-up dans le 3ème arrondissement de Paris. Cela a été l'occasion de proposer de nouveau le **Knit Multi-dimension** imaginé en collaboration avec l'artiste Robotkao, avec deux coloris de plus. Il s'agit, selon le créateur, du "produit le plus abouti" de la collection à ce jour. A la suite de cet événement, un gros Drop a été ouvert sur le site. Très vite, le pull en maille a été en rupture de stock.

Personnellement, j'ai découvert la marque grâce aux vidéos YouTube de Flub il y a plusieurs mois. J'ai donc pu suivre son évolution avec attention. J'admire la prise de risque pour faire ce que l'on aime et ce en quoi on croit. D'autant plus que la team a décidé de se former à la technique de sérigraphie pour maîtriser davantage la partie production. Je trouve que Forever Vacation a su se démarquer de différentes manières. Les clients ont la possibilité de prendre part à la création en commandant un kit de teinture afin de personnalisé un T-shirt logoté. De plus, la marque propose régulièrement des NFTs uniques qui représentent des moments forts. Ce service supplémentaire la tourne complètement vers l'avenir.

Nous n'avons pas testé la qualité des produits mais nous tenions vraiment à souligné la progression et la persévérance fournies par Maxime et sa bande de potes. Nous avons conscience des difficultés qu'ils ont pu rencontrer et du travail nécessaire. Nous leur souhaitais plein de surprises pour cette année 2022 !



LA PHOTO DU MOIS

En direct d'un tournage Tiktok





La marque est née le jour des 20 ans de sa créatrice : le 25 février.



Le logo a été pensé dans la nuit : nous dessinions des signatures avec les lettres Y et N depuis des heures jusqu'à avoir le coup de cœur, aux alentours de 1h du mat'.



La collection Fidji a été exposée dans 3 points de vente et ce n'est que le début de l'aventure.

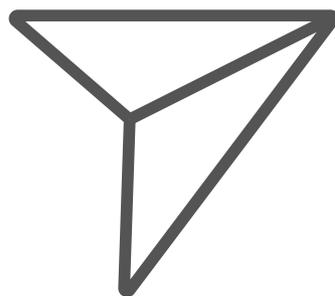


Le photographe du shooting officiel a tourné des films et le dernier en date est passé au cinéma.



Le T-shirt Jet lag n'était pas prévu dans la collection Fidji mais quand nous avons reçu le prototype du T-shirt prévu, nous avons été très déçus

Si tu as aimé ce
premier numéro



et dis nous en
commentaire ce que tu
veux dans le prochain