

Stéphanie Tramicheck Détournements De Mode



"J'ai fait des études d'ingénieur pour créer des produits car j'aime l'idée qu'il y ait quelque chose de concret qui découle de mon travail. Je pense que ce que je fais maintenant c'est créatrice, dans le sens ingénieur (formater des produits, des offres, des services, dans le sens artistique), créateur d'entreprise et j'adore ce côté business."

Parlez-nous un peu de votre parcours depuis votre sortie de l'école.

En sortant de l'école, j'ai commencé chez Gemplus, un fabricant de cartes à puce, tout près de Marseille. En tant que consultant technique, je m'occupais de clients internationaux en support après vente. Au bout d'un peu plus d'an, j'ai profité d'une réorganisation pour travailler pour les deux des trois plus grands comptes français de Gemplus à l'époque, à savoir France Télécom et Bouygues Télécoms. En parallèle, je gérais un projet sur une nouvelle technologie, le Simtoolkit. Il s'agissait en fait du deuxième projet au monde sur cette technologie, un système de paiement en ligne de factures pour une banque suédoise, un peu comme le TIP en France. Ce fut ma première expérience sur les technologies permettant de faire des services à valeur ajoutée sur téléphone mobile. J'ai eu ensuite l'opportunité de rejoindre Alcatel en 1998 en tant que chef de produit sur les services à valeur ajoutée sur téléphone mobile.

De 1998 à 2003, j'ai continué à travailler sur les services à valeur ajoutée sur téléphone mobile et ce à différents postes, mais toujours au marketing. J'ai notamment fait du business développement, de la gestion de partenariats, j'ai lancé le portail Internet du club Alcatel « My one touch » pour le téléchargement de logos et de sonneries en France ainsi qu'en Italie.

Ensuite j'ai rejoint Alcatel « Mobile Communications », le groupe d'Alcatel consacré à la téléphonie mobile (le téléphone mobile, ses infrastructures, ses applications...). J'ai alors fait du conseil stratégique pour de gros clients d'Alcatel, des opérateurs internationaux, par l'étude des grandes tendances, du devenir des produits, des services et des technologies.

Au cours de l'année 2004, j'ai fait un travail complètement nouveau en terme de compétence, puisque j'ai mis en place des « focus groups » (panel de consommateurs) au centre d'Alcatel à Vélizy (Yvelines). Ce centre dispose d'un espace de test en temps réel de produits et de services qui n'existe qu'au Japon.

Cela m'a permis de rejoindre par la suite le groupe nouvellement créé au sein du headquarter d'Alcatel en 2005. Dans ce groupe marketing, je m'occupe de toutes les études consommateurs du groupe Alcatel.

Ma création de société s'est faite au moment où je transitais vers le siège – je travaillais à mi-temps.

Qu'est ce qui vous a inspiré Détournements de Mode ?

C'est un peu le hasard ! Un ami avait ouvert un blog et j'ai voulu essayer cette technologie ! Ne voulant pas parler de « moi, ma vie, mon chat... », j'ai voulu parler de ce que j'aime : la customisation.

En fait, depuis toute petite je fais de la couture, j'ai appris à coudre avec ma maman qui en faisait beaucoup. Durant mes études, la prépa, l'école et ensuite le travail, j'avais moins de temps et ça s'est transformé en customisation (moyen d'apporter une touche personnelle à un objet ou un vêtement) car c'est beaucoup plus simple et moins gourmand en temps que la réalisation d'un vêtement dans son ensemble.

J'ai ouvert mon blog en novembre 2004 et il a tout de suite très bien marché.

A quel moment avez-vous décidé de créer votre société ?

Cela faisait très longtemps que je voulais créer ma société, j'avais d'ailleurs gagné un concours de création d'entreprise à Télécom Paris. Pour ce projet, j'étais associée à un étudiant d'HEC. L'entrepreneuriat est une valeur forte pour moi, bien que j'aie toujours pensé travailler sur des projets plus High Tech, c'est finalement ce projet qui m'a permis de me lancer. Enfin... J'ai tout de même de nombreuses idées pouvant intégrer la technologie dans ce marché qui est plutôt axé sur la mode.

La version papier du blog est sortie l'année dernière en septembre 2005, pour répondre à la demande des jeunes femmes qui se connectaient régulièrement pour consulter mes conseils ou astuces, indispensables à la réalisation de leur customisation et beaucoup ne pouvaient pas se connecter aussi longtemps ou souvent qu'il le fallait. Le magazine reprend les idées et les techniques du blog sous forme de fiches techniques accompagnées d'illustrations sur les tendances de la saison.

Notre premier contrat a plutôt été inattendu, j'ai été contactée via mon blog par une grande marque qui avait besoin de quelqu'un pour animer un stand de customisation. Je pensais que Détournements de Mode ne serait qu'un magazine et que la suite viendrait plus tard, lorsque ma réputation serait faite.

Quand êtes-vous arrivée à l'incubateur ?

A partir du moment où le blog a bien marché, je me suis « posée » à l'incubateur pour me poser les bonnes questions et y répondre : y a-t-il un marché potentiel ? Qu'est-ce que je peux faire ?

Très créative aussi bien en technologie qu'en customisation, il m'est tout de suite venu l'idée d'intégrer de la technologie et d'avoir des services sur téléphone mobile -qui reste encore aujourd'hui mon savoir-faire !- autour de la customisation.

L'idée de mon projet initial était un service sur téléphone mobile lié à la customisation.

Il s'agissait d'aider les jeunes femmes au moment de l'achat d'un vêtement en boutique, en leur permettant de recevoir sur leur téléphone mobile des idées de customisation pour celui-ci.

Il y a eu un développement très rapide au niveau de mon blog, puis du magazine, ensuite des ateliers et prestations de customisation pour de grandes marques. Le marché devenant plus mûr pour ce genre de service, maintenant je passe à la version 2 de Détournements de Mode !

Je commence en effet à étudier le développement de ces services technologiques avec les laboratoires de Télécom Paris... Mais je ne peux pas vous en dire plus pour l'instant (affaire à suivre donc !).

Quels souvenirs gardez-vous de cette expérience ?

Beaucoup de partage, beaucoup d'aide et de conseils. On apprend beaucoup de l'expérience des autres (tout le monde n'est pas au même stade et n'est pas entré en même temps à l'incubateur), notamment par les discussions sur le palier entre incubés. Ça avance beaucoup plus rapidement avec les autres, grâce aux échanges de carnets d'adresses.

Il y a un réseau d'experts très important autour de l'incubateur, le fait de pouvoir parler, poser des questions à quelqu'un, et notamment à Hugues Billaudot, est très important. La porte est toujours ouverte pour nous aider. Cette aide, c'est aussi les bureaux que l'on nous prête. C'est tout de suite plus difficile, plus cher une fois en dehors. L'incubateur est vraiment un gros coup de pouce.

Quels sont vos projets ?

A court terme, il y a la préparation de la rentrée et le lancement du magazine n°3 de Détournements de Mode, du recrutement, la préparation d'événements prévus pour la fin de l'année.

J'ai également des projets en cours pour 2007, qui ne doivent absolument pas passer à la trappe dont une nouvelle offre basée sur les nouvelles technologies, avec des services très innovants qui n'existent pas sur le marché actuellement.

Comme nos services, nous souhaitons élargir notre cible. Actuellement le cœur de cible de Détournements de Mode correspond aux détourneuses de 18/25 ans. Nous proposerons bientôt de la customisation pour les hommes (messieurs préparez-vous à customiser vos chemises, vestes, cravates, boutons de manchette...), pour les enfants et la maison (décoration).

A long terme, continuer à croître et à maintenir notre place de leader sur le marché de la customisation, continuer à satisfaire notre communauté de détourneuses et la développer et bien sûr avoir des articles dans la presse.

Je ne pensais pas avoir une croissance si rapide, jusqu'à présent, j'ai voulu me former en tant entrepreneur -je n'ai pas fait de brique sur la création d'entreprise !- ça s'apprend sur le tas et je ne concevais pas tout de suite que mon entreprise soit une très grosse entreprise avec des dizaines de salariés, un ami me disait qu'il « fallait savoir grandir petit », j'y vais donc petit à petit mais avec une productivité énorme dans le sens où ce que l'on a fait en un an est énorme avec seulement cinq personnes. La contrepartie étant tout de même de ne plus avoir de réelle vie privée (j'ai un rythme de vie de folie !).

Mon objectif est donc d'avoir une société importante dans 5 à 10 ans. Je vais très certainement être amenée à faire des choix, entre ma carrière à Alcatel et ma société. J'ai tendance à dire qu'entre les nouvelles technologies et la mode, mon cœur balance, je travaille sur des choses très avancées et ne plus travailler dans les nouvelles

technologies me manquerait. Ces deux activités demandent une très grande organisation de mon temps qui est facilitée par la souplesse que l'on m'accorde aujourd'hui.

Votre formation d'ingénieur vous a-t-elle servie ?

Oui, très clairement! Lors du premier meeting important que j'ai fait pour Détournements de Mode avec le directeur de collection du Printemps -une personnalité importante, reconnue et très sollicité dans le monde de la mode-, la crédibilité de ma société, mon savoir-faire dans la customisation n'a jamais été remis en question. Je pense que je dois cela à mon approche très professionnelle qui vient de mes années d'expériences dans les technologies, les télécoms.

Une grande école comme Télécom Paris est un gage de sérieux.

De par mon profil d'ingénieur et notre approche très professionnelle de la customisation, les clients n'ont pas peur de travailler avec nous, nous avons une totale crédibilité sur notre capacité à mettre en œuvre quelque chose en magasin, à employer du personnel, c'est toute une organisation à chaque fois. Un vrai savoir-faire reconnu.

Ce professionnalisme nous a d'ailleurs valu d'être remarqués et contactés plusieurs fois, car d'une manière générale, tout ce qui s'est passé en 2005 et début 2006 est arrivé en entrant, ces personnes que nous n'avions même pas démarchées, nous contactaient car nous devenions la référence de la customisation.

Stéphanie, êtes-vous une ingénieur atypique ? Comment vous définissez-vous ?

Par rapport aux jeunes diplômés « très formatés », oui ! Avec les années, il y a beaucoup de parcours différents et heureusement. Maintenant, par rapport à la grande masse des Ingénieurs de Télécom Paris, c'est un parcours très atypique, surtout pour une femme.

Les employeurs ont trop encore souvent une idée négative sur les femmes qui, à leurs yeux, vont forcément avoir des enfants à 28/30 ans et devenir dangereuses parce qu'elles ne vont pas s'investir. Et ce n'est pas forcément vrai !

Entrepreneur ce n'est pas facile, il y a des étapes dans la vie où c'est plus facile (crédit, obligations familiales).

Il faut se sentir prêt (même en ayant gagné le concours à l'école, je ne me sentais pas prête pour me lancer) et idéalement trouver le bon associé (bien que je me sois lancée seule) et s'épanouir dans ce qu'on fait.

J'ai fait des études d'ingénieur pour créer des produits car j'aime l'idée qu'il y ait quelque chose de concret qui découle de mon travail. Je pense que ce que je fais maintenant c'est créatrice, dans le sens ingénieur (formater des produits, des offres, des services, dans le sens artistique), créateur d'entreprise et j'adore ce côté business.

Le choix que j'ai fait d'être entrepreneur est un choix d'autonomie et gérer la complexité d'une entreprise est passionnant.

Retrouvez Détournements de Mode sur la toile www.detournements.com