Millésimées

Portrait de Laurence Paganini

Grant Thornton

Laurence Paganini

CEO de Kaporal et Présidente de Procos

Kaporal est une marque de mode française avec une spécialité originelle sur le *jeanswear*. L'entreprise basée à Marseille emploie 550 salariés au sein de son siège et dans ses boutiques en propre. Fortement représentée sur le digital et dans le commerce physique indépendant, Kaporal est devenue en moins de 15 ans, un acteur incontournable du *jeanswear* et du prêt-à-porter *lifestyle* en France.
La stratégie de développement menée par Laurence Paganini autour des sujets du commerce unifié et de la digitalisation du modèle marchand a été plusieurs fois distinguée par des acteurs de la distribution et des médias : Trophée LSA de l'entreprise omnicanal, Enseigne de l'année (Fédération française de la franchise IREF) et Femme Dirigeante aux Trophées de l'Economie 2019.

Laurence Paganini a été élue en 2020 Présidente de Procos, la fédération du commerce spécialisé.
La fédération Procos est reconnue depuis de nombreuses années pour son expertise de l'accompagnement des enseignes adhérentes dans leur maillage de magasins mais également pour leur transformation et leur adaptation aux évolutions de la société et aux nouveaux contextes de consommation.

Des conseils pour celles et ceux qui souhaitent se lancer dans le secteur ?

« Le commerce spécialisé est une filière d'excellence de l'économie française qui emploie 2,1 millions de personnes. La mode, la deuxième industrie qui représente une valeur d'exception dans le monde. Pour autant, c'est aussi une économie au cœur des territoires. Ces secteurs ont un bel avenir, certes, avec des enjeux d'adaptation et de transformation.

Le commerce va devoir s'adapter avec agilité à l'évolution des modes de consommation, mais il en a le-s talent-s, l'ambition et la créativité. La crise sanitaire nous a ouvert une voie de renouveau, à la fois dans nos désirs personnels mais aussi de consommation. Il faut saisir cette opportunité pour repenser nos modèles de création et de distribution. Nous sommes déjà rentrés dans un cycle de transformations durables, digitales et relationnelles.

Mon conseil pour un porteur de projet : être là où le client se trouve, aussi bien au cœur de la ville que sur le *net*. Il devra lui proposer des expériences nouvelles comme le « *social selling* », la co-construction ou la fabrication à la demande mais aussi s'impliquer dans la vie de son territoire.
Aujourd'hui plus qu'avant, les nouvelles générations portent des attentes fortes sur les entreprises qui dépassent la simple proposition de produits ou de services. Elles souhaitent de l'engagement et une prise de position sociétale. C'est à la fois un nouveau *challenge* mais aussi une source permanente et stimulante d'inspiration pour les entrepreneurs. »

Quel a été votre plus grand succès ?

« **La persévérance, l'agilité, l'écoute et la passion forment une combinaison imbattable pour le succès !**

Mon plus grand succès c'est d'avoir fait passer en quelques années Kaporal d'une belle histoire marseillaise à une belle entreprise, qui revendique fièrement ses origines méditerranéennes comme une différence sur son marché.

Ce sont des cycles de transformation permanents et successifs qui ont permis à l'entreprise de rayonner sur son territoire et bien au-delà : nous avons réorganisé la distribution pour mieux comprendre notre client et développer ainsi plus de 100 points de vente en propre, organisé la digitalisation de nos *process* et de notre commerce, lancé des programmes relationnels innovants (nous fêtons ce mois-ci notre millionième Klubber). Nous avons été précurseurs en lançant les premiers programmes d'*upcycling* sur le jean il y a 5 ans ou le jean *made in* France il y a 4 ans. Nous avons aussi fait évoluer l'organisation tout en gardant l'âme de la marque, sa créativité, son audace et son agilité comme moteurs.

Depuis 2 ans, nous nous sommes fixé une raison d'être, celle d'habiller les générations qui veulent changer le monde. Une vision engagée qui nous projette dans l'avenir en permanence. »

Quelle est votre devise, au quotidien ?

« **Pour ce qui est de l'avenir il ne s'agit pas de le prévoir mais de le rendre possible** » - Antoine de Saint-Exupéry

« C'est le moment de la réflexion, de la résolution, de la (re)connexion et du rêve. C'est aussi le moment de bouger et des nouveaux départs. Ces changements sociétaux fondamentaux ont été considérablement accélérés par la pandémie et ils font naître de nouveaux comportements et désirs, souvent dictés par la jeune génération.
Nous nous dirigeons vers des perspectives nouvelles et passionnantes pour entreprendre et nous engager différemment.
Notre nouvelle signature de marque « Sortez du rang. », résolument porteuse de cette ambition, nous invite à embrasser ces changements et à les rendre possible. »