



Textes et reportages d'Emmanuel Langlois. Retrouvez ses chroniques sur France Info samedi et dimanche après-midi et sur [www.france-info.com](http://www.france-info.com)



## Il injecte ses idées dans le sportswear au **Canada**

➤ *“Il faut arrêter de prendre les gens pour des consommateurs qui détruisent, mais au contraire les considérer comme des investisseurs ! Quand on achète un vêtement, on le porte, souvent pour des activités différentes, tous les jours et pour plusieurs années. Je veux que les gens qui ont adopté nos produits deviennent des évangélistes, comme chez Apple.”*  
À 47 ans, Bernard Mariette a le survêtement, le bronzage et la décontraction d'un Luc Besson.

Depuis un an, auréolé de son succès chez Quiksilver, n°1 mondial de l'outdoor, le natif d'Avignon est reparti à l'aventure à Montréal en prenant les rênes du groupe Coalition, qui commercialise les marques **Orage** (ski freeride) et **Lolë** (sportswear féminin). C'est un homme d'affaires iconoclaste,

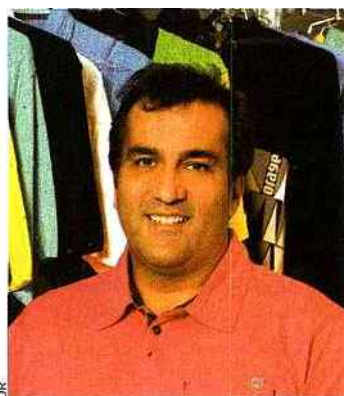
baroudeur et défricheur, qui se dit tout à fait incapable de créer une entreprise. Mais qui adore développer. **“On travaille énormément sur les communautés : Lolë est une marque culte en Amérique du Nord pour le bien-être au féminin, mais pas du tout connue pour les vêtements. Ce que je veux, c'est qu'on me dise un jour : « Tiens, Lolë, ça fait des fringues aussi ? »”**

**📍 Sa boîte vient d'ouvrir une filiale à Annecy**

Le quadra fourmille de projets : intégrer le mobile dans les vêtements ou les casques de ski chez Orage, développer des blousons écolos pour Lolë... **“L'idée, c'est de produire un vêtement enfant à partir de chaque blouson adulte recyclé.”** Bernard Mariette a quitté Quik-

silver après avoir fait passer son chiffre d'affaires de 621 millions à 2,4 milliards de dollars entre 2001 et 2007, parce qu'il ne supportait plus la dictature de Wall Street. **“On passait notre temps à se justifier auprès des actionnaires, qui voulaient toujours pousser la machine un peu plus fort.”** Ancien de chez Marks & Spencer, L'Oréal et Timberland, Bernard Mariette se sent à son aise chez Coalition, qui emploie 250 personnes et vient d'ouvrir une filiale à Annecy.

Il promet de faire un carton en France, mais en prenant son temps. **“Le luxe ici, c'est de pouvoir travailler sur le long terme. Si quelque chose n'arrive pas le trimestre prochain, pas grave : ce sera pour le suivant. Nous travaillons comme dans l'auto-**



**Bernard Mariette : un défricheur qui adore développer des projets.**

**mobile, sur des produits à trois ans.”** Marié et père de famille, fan de snowboard depuis des années, il vient tout juste de se mettre au ski : **“J'en avais marre de pousser ma planche avec un pied et que mon fils de 6 ans passe tout son temps à m'attendre !”**

**Lui écrire :** [bernard.mariette@coalition.com](mailto:bernard.mariette@coalition.com)