



Réussites canadiennes de commerce international 11-06
Silver Jeans

La magie de Silver Jeans opère à l'étranger

Coordonnées de l'entreprise

Silver Jeans

Michael Silver, président

Winnipeg, Manitoba

Tél.: (204) 788-8807

Courriel: michael@silverjeans.com

www.silverjeans.com

Principale citation

M. Silver recommande chaudement aux entreprises canadiennes qui souhaitent exporter leurs produits de ne pas hésiter une seconde de plus. Il considère que les entreprises canadiennes profitent d'un avantage certain lorsqu'elles prennent de l'expansion à l'étranger. « Sur le marché mondial, les Canadiens sont considérés comme très honnêtes et dignes de confiance... Lorsqu'on se présente comme Canadien, le premier contact et les négociations avec les étrangers sont grandement facilités. »

Histoire détaillée

Lorsque M. Michael Silver a essayé de présenter pour la première fois les jeans de sa conception à la prestigieuse foire MAGIC Apparel and Fashion Show de Las Vegas, on ne lui a pas accordé un stand dans la salle des exposants. Il a donc décidé d'installer un stand dans une petite salle à côté.

C'est en 1991, à Winnipeg, que M. Silver a créé une entreprise, la Silver Jeans. Il a toutefois vite compris que le marché canadien offrait des possibilités de croissance limitées. Avec l'aide financière d'Affaires étrangères et Commerce international Canada, il s'est rendu à la foire MAGIC Apparel and Fashion Show l'année suivante. La présence de M. Silver à cette foire a été peu remarquée cette année-là, mais elle a suffi à lui donner un avant-goût de l'avenir.

Pour plus d'information sur cette réussite canadienne, communiquez avec le Service des relations avec les médias (Commerce)

Tél. : (613) 996-2000

Télec. : (613) 996-9276

www.international.gc.ca

La foire MAGIC, qui attire aujourd'hui plus de 90 000 détaillants et protagonistes de l'industrie de la mode, est devenue le tremplin de la réussite de Silver Jeans. « Une fois que j'ai compris comment la foire se déroulait et comment je pouvais maximiser les avantages découlant de ma participation, ma présence y a été beaucoup plus remarquée », explique M. Silver.

Aujourd'hui, 14 ans après la première participation de Silver Jeans à la foire MAGIC, le stand de l'entreprise est situé au cœur du Centre des congrès de Las Vegas, dans la section dédiée aux vêtements aux lignes modernes. L'entreprise y présente cette année sa gamme de printemps et sa toute nouvelle gamme de jeans aux décorations artistiques, baptisée 1921 Jeans.

Alors qu'il se trouvait à l'étranger par affaires, comme il l'est souvent, M. Silver a eu l'idée de sa nouvelle gamme de vêtements personnalisés. Il se trouvait à Tokyo, à une réception donnée à l'intention des membres des médias spécialisés dans la mode, lorsqu'il a remarqué un jeune homme portant des jeans de marque Silver... quelque peu différents. M. Takuto Mochizuki, jeune artiste japonais de 24 ans, s'était fait connaître à Tokyo en décorant des jeans de marques connues en y apposant des pièces de tissu ou en y piquant ou peignant des motifs artistiques. Il avait tout simplement choisi des jeans de marque Silver comme canevas pour sa dernière œuvre d'art.

M. Silver a communiqué avec son directeur de la conception, M. Allan Kemp, puis les deux ont vite convaincu M. Mochizuki de travailler à la conception de leur nouvelle gamme de produits, 1921 Jeans. Le style unique de M. Mochizuki était parfaitement adapté à Silver Jeans, entreprise ayant bâti sa réputation en concevant des vêtements aux styles différents, qui plaisent aux clients du monde entier. « La mode change d'une région à l'autre, et c'est le genre de chose que doivent étudier ceux qui souhaitent se lancer sur ce marché », affirme M. Silver.

En tirant parti des marchés étrangers, Silver Jeans a atteint un niveau de réussite inégalé. L'entreprise, dont les ventes destinées à l'étranger représentaient 5 % du chiffre d'affaires la première année où elle a exporté ses produits, réalise aujourd'hui 75 % de ses activités sur le marché mondial. Grâce à cette hausse marquée de ses exportations, le chiffre d'affaires annuel de l'entreprise est passé de 1,5 million de dollars à 75 millions de dollars.

M. Silver recommande chaudement aux entreprises canadiennes qui souhaitent exporter leurs produits de ne pas hésiter une seconde de plus. Il considère que les entreprises canadiennes profitent d'un avantage certain lorsqu'elles prennent de l'expansion à l'étranger. « Sur le marché mondial, les Canadiens sont considérés comme très honnêtes et dignes de confiance... Lorsqu'on se présente comme Canadien, le premier contact et les négociations avec les étrangers sont grandement facilités. »