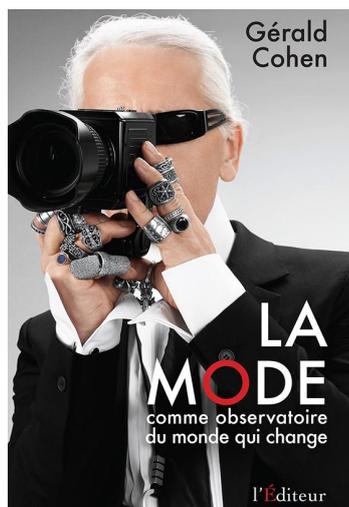


## Gerald Cohen observe le monde via le prisme de la mode

Cela fait plus de 25 ans que Gerald Cohen, attaché de presse et publiciste, officie dans le monde de la mode et de sa communication. Fort de cette expérience, il dévoile aujourd'hui son ouvrage *La mode comme observatoire du monde qui change*, qui s'attache à étudier la mode et ses évolutions sur trois générations.

« En 2009, j'ai vu arriver à moi la nouvelle génération des digital natives » explique l'auteur, « je les ai nommés Babys plutôt que génération Y, et leurs marques, les Babysbrand, pour lesquelles j'organise chaque semestre un concours ayant pour ambition de révéler une marque de mode et une marque de food. C'est une génération qui va vivre dans un monde nouveau, tournée vers l'Asie, Internet, et la conquête des libertés individuelles, menée par les femmes. Un monde se termine, un nouveau monde commence ».

Drones, imprimantes 3D, réseaux sociaux, digital, influence des célébrités, rôles des politiques, blogs et leaders d'opinions, l'essai considère la mode sous l'angle de la société et réciproquement, étudie les évolutions notoires et nous donne à découvrir comment la mode est devenue une industrie leader, dont le modèle de communication inspire et guide de nombreuses industries. À travers cet ouvrage, Gerald Cohen nous livre sa vision de la mode en adéquation avec le monde dans lequel elle évolue, entre points de vue sociologiques, anecdotes et expériences professionnelles les plus marquantes.



« *La mode comme observatoire du monde qui change* », Gerald Cohen.  
Aux éditions L'Éditeur, 19 €.  
Disponible depuis le 22 janvier.  
[www.geraldcohen.com](http://www.geraldcohen.com)