



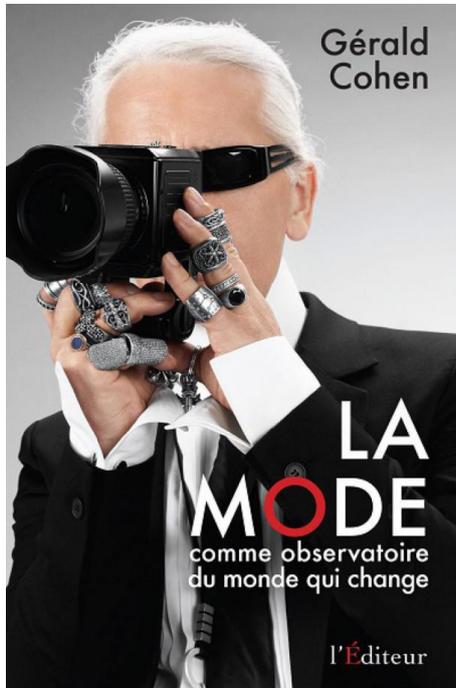
La mode comme observatoire du monde qui change, la critique de la rédac !

Le livre La **mode** comme **observatoire** du **monde** qui **change**, écrit par **Gerald Cohen**, attaché de presse et publicitaire, est sorti le **22 janvier** 2015. Si vous hésitez encore à l'acheter, la rédac de June TV vous donne



son avis.

Après avoir lu *After We Collided*, le livre sorti début février, c'est au tour d'une nouvelle œuvre d'être l'un de nos coups de cœur du moment. La **mode** comme **observatoire** du **monde** qui **change**, dont l'auteur n'est autre que **Gérald Cohen**, nous entraîne dans **un univers mêlant biographie de l'auteur et historique de la mode, mais pas que !** L'auteur est un attaché de presse et un publicitaire, à Paris, qui a fondé son agence au début des années 90. Gérald Cohen partage, à travers son livre, son expérience, ses difficultés mais également son succès. Il nous explique être parti de rien, et qu'à force de culot mais surtout, oui surtout, de motivation, il a réussi à gravir les échelons de la société et à posséder un carnet d'adresses bien rempli ! **Sa motivation et son acharnement lui ont permis d'arriver là où il en est aujourd'hui.** Il reconnaît avoir travaillé plus de dix heures par jour et parfois même six jours sur sept. Mais grâce à lui et à son travail, de nombreuses marques se sont développées, telles que *Tod's*, *Hugo Boss*, *Geox*, *Tumi* ou encore *Zadig et Voltaire*. Il a été le seul à repérer le potentiel de certaines marques et à leur donner une chance. Gérald Cohen a été l'un des précurseurs du placement de produit. Et c'est tout naturellement qu'à présent, les marques ne veulent que lui. La rédac de June TV vous en dit plus !



Il y a peu, nous vous parlions du livre Mon Connard, qui permet de se sentir moins seule dans ses déboires amoureux. Aujourd'hui c'est un tout autre registre que nous avons choisi de vous présenter. La **mode** comme **observatoire** du **monde** qui **change** vous transporte dans le passé et vous raconte les anecdotes des **plus grands créateurs**. Mais derrière ce titre que vous pourriez penser de "superficiel", il y a un tout autre univers. La mode croise la route de l'économie, du commerce, de la politique et même de la religion, puisque tous ces milieux, qui veulent ou non se l'avouer, suivent la même mode. L'auteur retrace trois générations, mais se focalise surtout sur la dernière, *les babys*, plus connus sous le nom des *moins de 30 ans*, qui déboulent et chamboulent les règles de la mode et de la société. **Ces nouveaux talents sont la clé du futur, et la réussite de notre nation**. Les deux autres générations, celles de nos grands-parents et de nos parents, ont construit le monde pour aider cette troisième génération à se servir des nouvelles technologies, indispensables à leur vie. La rédaction regrette cependant un lexique parfois peu utile et envahissant dans la lecture. De plus, le livre nous perd facilement, passant de l'après guerre à notre époque, pour repartir dans les années 80-90, puis à la génération de nos grands parents. La fin est surprenante et nous laisse avec de nombreuses interrogations. En tout cas ce que nous gardons en tête est **cette belle preuve de réussite**, qui peut en motiver plus d'un. Allez vous acheter ce livre ?

Source : l'Éditeur

Crédit photos / vidéos : L'Éditeur, geraldcohen.com, Gérald Cohen