

Monnier Paris : "Devenir le leader de la tech dans le secteur du luxe"

Maddyness s'est intéressé au parcours de la plateforme Monnier Paris depuis son rachat par Daa Elyaacoubi-Bouriez, une entrepreneure qui avait revendu sa première startup à Vivendi aux débuts des années 2000.

Temps de lecture : minute

26 avril 2023

Pour Daa Elyaacoubi-Bouriez, l'entrepreneuriat était la seule voie possible. *" Au début de ma carrière, la seule chose qui me motivait, c'était de bien faire mon travail pour être apprécié de ma hiérarchie. Puis j'ai découvert un monde de gens courageux qui sortaient de leur zone de confort pour faire bouger les lignes. "*

Elle débute d'abord chez Bull puis Cegetel, avant de se retrouver face à un choix qui n'a rien de cornélien : *" Je me suis dit : si je continue dans la voie salariale, je peux prétendre à des postes à responsabilité dans 10 ou 20 ans. En revanche, si je me lance dans l'entrepreneuriat, j'apprendrai la vraie vie pour comprendre ce que c'est de construire un business. J'avais la chance d'être jeune, en bonne santé, avec le bon diplôme. Donc au pire des cas, j'allais revenir à la case de départ. Mais si je ne prenais pas l'opportunité maintenant, je ne pourrais jamais le faire plus tard. "*

Daa Elyaacoubi-Bouriez va donc créer en 1999, le premier opérateur de réseau mobile virtuel européen qu'elle revend l'année suivante à Vivendi. Elle n'y reste pas plus de deux ans, avant de lancer sa deuxième startup dans le monde des Deeptech, à la recherche d'innovations de rupture

dans le monde du big data et du cloud dès 2004. Elle la revendra finalement en 2012 à Computer Associates, un éditeur de logiciel basé à New York.

Après avoir monté et revendu deux entreprises, Diaa Elyaacoubi-Bouriez ne s'arrête pas et va lancer 100 Jours Pour Entreprendre, qui se présente comme un mouvement créé par des entrepreneurs pour inciter les jeunes à devenir eux-mêmes entrepreneurs. Elle commence aussi à accepter des rôles moins opérationnels comme celui de membre du conseil d'administration de la fintech Ingenico, d'ODDO BHF ou de l'Institut Polytechnique de Paris. Une façon de lever le pied ? Certainement pas, puisqu'elle voit le web3 arriver : "*Nous sommes à l'aube d'un bouleversement incroyable, lâche-t-elle. Tous les secteurs vont être impactés... peut-être pas à échéance rapide, mais dans les 10 ou 20 ans à venir, je pense que l'on va vivre une révolution aussi importante que ce que l'on a vécu entre 2000 et 2020.*".

Pas question pour Diaa Elyaacoubi-Bouriez de rester sur le bord de la route à observer cette révolution se faire sans elle.

Une ambition qui va bien plus loin que Monnier Paris

Créé en 2010, par les frères Guillaume Monnier (ancien vice-président de Dior Japon) et Jean Monnier (ancien dirigeant d'Auchan Direct et de Grosbill), Monnier Frères s'est spécialisé dans la vente d'accessoires de luxe avec l'intuition que l'accessoire allait être le produit qui prendrait le plus de valeur dans les années à venir (et notamment celui où il y aurait le plus de marges).

L'entreprise décolle et se fait racheter en 2012 par le groupe de distribution franco-belge Louis Delhaize (Cora, Match, Truffaut, Houra, Animalis). Ce même groupe va pourtant chercher à s'en séparer fin 2019,

se rendant compte qu'il n'était pas au cœur de leur stratégie.

C'est le moment que choisit Diaa Elyaacoubi-Bouriez pour entrer en scène. Elle décrit Monnier Frères comme " une belle endormie ". Une marque, une base client, une présence internationale et des partenariats stratégiques, et qui pourrait éclore avec une bonne vision et stratégie appliquée. Elle reçoit les clefs de Monnier Frères le 15 mars 2020 et la renomme immédiatement Monnier Paris : " *On a réussi à relancer la société en moins de douze mois, en plein COVID* ", explique-t-elle non sans fierté.

Mais que vient faire Diaa Elyaacoubi-Bouriez, cette ingénieure qui s'est fait un nom dans le monde des télécoms et des deeptech, dans le monde de la mode et du luxe ? Un premier indice arrive avec la tagline qu'elle vient ajouter sous le nom de la marque : " Made in Tech, made in Paris, made in Fashion ". La tech vient toujours en premier pour Diaa Elyaacoubi-Bouriez. Monnier Paris devient ainsi un laboratoire de l'innovation au service des marques et notamment du luxe.

Elle tente aussi de faire migrer la Fashion Week dans le métaverse, à populariser le live shopping dans l'Hexagone, avec l'idée que, avec le social selling, les influenceurs peuvent devenir les " personal shoppers " de leurs fans. L'entreprise expérimente dès que cela a du sens et s'implique également dans la digital fashion et la création d'accessoires NFT à collectionner. Des innovations proposées en marque blanche à l'ensemble des acteurs du luxe.

Mais le grand sujet du moment pour Diaa Elyaacoubi-Bouriez, c'est une plateforme SaaS vendues à leurs clients pour piloter l'ensemble de l'expérience client et du stock de la marque.

" *On propose une data unifiée pour tous les canaux de ventes d'une entreprise, explique-t-elle. On divise par cinq les coûts et on multiplie par quatre les performances, tout en divisant par deux le temps passé par les*

équipes. "

Monnier Paris enregistre aujourd'hui plus de 40 % de son CA en Asie, un marché en avance de plusieurs années sur ces questions. L'ambition de Diaa est simple : " *Devenir le leader de la tech dans le secteur du luxe.*". " *À travers le luxe, je suis convaincue qu'il est possible de construire des leaders français et européens qui vont nous permettre de continuer à rayonner dans le monde. C'est une question de patrimoine, de savoir-faire à la française, à la fois pour le luxe, et sur le plan technologique.* "



À lire aussi

L'édition 2023 Women@Dior récompense 2 projets célébrant le leadership des femmes

Article écrit par Valentin Pringuay

