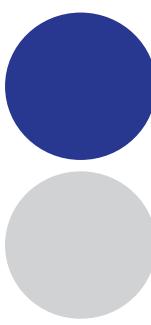




SOMMAIRE :

Présentation de ReVive	—————	Page 2 à 9
Audit	—————	Page 10 à 16
Stratégie marketing	—————	Page 17 à 24
Évènement	—————	Page 25 à 26
Création de contenu	—————	Page

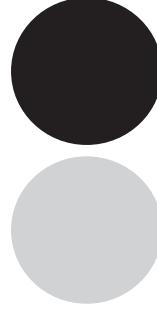
Présentation de ReVive



Le logo de ReVive incarne l'élégance et la modernité à travers une typographie calligraphique raffinée.

Le nom "ReVive" s'affiche en bleu nuit, symbole de sophistication et de sérénité, évoquant la profondeur et la noblesse de la marque. Une ombre subtile en gris sidéral accompagne les lettres, créant un effet de double texte discret qui ajoute du relief et de la dimension. Ce design épuré reflète parfaitement l'équilibre entre tradition artisanale et innovation contemporaine, valeurs fondamentales de ReVive.

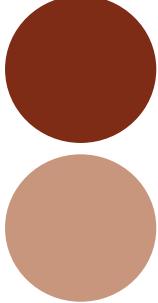
ReVive Allemagne



Allemagne : Nylon recyclé

La premier pictogramme, en noir et blanc, est le symbole de l'innovation allemande dans le domaine du recyclage. Le noir fait référence au nylon recyclé, un matériau technique qui reflète l'engagement de ReVive pour des produits à la fois durables et esthétiques. Ce modèle souligne l'approche rigoureuse de l'Allemagne dans l'optimisation des ressources et la réduction de l'empreinte carbone.

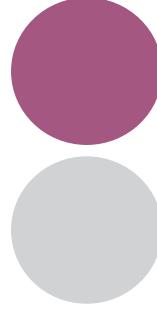
ReVive Italie



Italie : Lin écologique

Le deuxième pictogramme représente une paire de chaussures dans les tons rouge bordeaux et beige orangé. Le beige, symbolisant le lin écologique, fait écho aux traditions italiennes du savoir-faire textile. Ce modèle incarne l'essence de la mode durable en Italie, où l'artisanat de qualité rencontre les matériaux naturels, dans un mariage parfait entre luxe intemporel et respect de l'environnement.

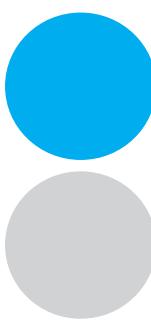
ReVive Angleterre



Angleterre : Graphène écologique

Le dernier pictogramme, une paire de chaussures en rose pâle et blanc, incarne l'utilisation du graphène écologique. Ce matériau de pointe est un clin d'œil à l'innovation britannique dans les technologies durables. Le rose pâle symbolise la légèreté et l'avant-garde, offrant une touche élégante et moderne à un produit qui fusionne l'éthique, la performance et le luxe.

Présentation



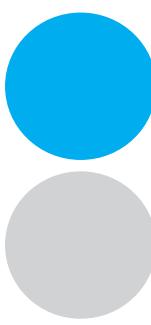
L'Engagement pour une Mode Éthique et le Slow Fashion

Basée en France, berceau de l'élégance et de la haute couture, ReVive s'impose comme une marque visionnaire qui allie luxe et engagement éthique. Dans un secteur de la mode souvent marqué par la surproduction et la consommation effrénée, ReVive a fait des choix forts pour incarner les valeurs du slow fashion et de la mode responsable.

Un Modèle Durable et Responsable

ReVive refuse les cycles de production rapides et les tendances éphémères. La marque privilégie des collections intemporelles, conçues pour durer, réduisant ainsi le gaspillage et la surconsommation. Chaque modèle est produit en quantité limitée, assurant l'exclusivité tout en évitant la surproduction. Ce choix stratégique s'inscrit dans une volonté de respecter les ressources naturelles et de valoriser des pièces durables plutôt que des modes passagères.

Présentation



Des Matériaux Nobles et Écoresponsables

La marque sélectionne avec soin des matériaux écologiques et recyclés sans jamais compromettre l'élégance ni la qualité. Les cuirs végétaliens de haute qualité remplacent les matières traditionnelles, les tissus proviennent de sources responsables, et les semelles sont fabriquées à partir de caoutchouc recyclé. Ce choix traduit une volonté de fusionner innovation durable et tradition artisanale.

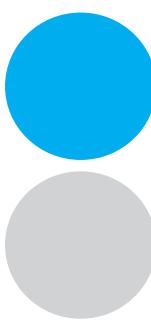
Un Artisanat Hérité et Modernisé

ReVive fait appel à des artisans européens hautement qualifiés, perpétuant des techniques traditionnelles tout en intégrant des procédés de fabrication innovants et respectueux de l'environnement. Ce modèle favorise les circuits courts, soutient l'économie locale et garantit des conditions de travail éthiques.

Une Production Transparente et Contrôlée

La marque s'engage à assurer une traçabilité totale de ses produits, de la sélection des matières premières jusqu'à la fabrication. Chaque étape de production est contrôlée pour minimiser l'empreinte écologique et garantir des pratiques respectueuses des droits humains.

Présantation



Une Vision du Luxe Réinventée

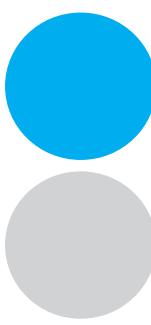
ReVive redéfinit le luxe en plaçant la responsabilité environnementale et sociale au cœur de sa démarche. Ce positionnement attire une clientèle exigeante, sensible aux questions écologiques, qui recherche des produits de qualité incarnant des valeurs fortes. Le luxe selon ReVive ne se limite plus à l'esthétique, il devient un acte engagé.

Un Engagement Français, Une Influence Internationale

Implantée en France, ReVive s'appuie sur l'image d'excellence de la mode française pour rayonner à l'international. Son siège français symbolise le lien entre tradition et innovation, entre héritage culturel et modernité durable.

En s'inscrivant pleinement dans les principes du slow fashion, ReVive démontre que la mode peut être belle, éthique et responsable. Ce choix stratégique positionne la marque comme un acteur incontournable d'un luxe durable, porteur de sens et d'avenir.

Présantation



Une Vision du Luxe Réinventée

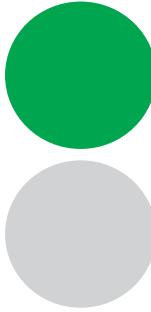
ReVive redéfinit le luxe en plaçant la responsabilité environnementale et sociale au cœur de sa démarche. Ce positionnement attire une clientèle exigeante, sensible aux questions écologiques, qui recherche des produits de qualité incarnant des valeurs fortes. Le luxe selon ReVive ne se limite plus à l'esthétique, il devient un acte engagé.

Un Engagement Français, Une Influence Internationale

Implantée en France, ReVive s'appuie sur l'image d'excellence de la mode française pour rayonner à l'international. Son siège français symbolise le lien entre tradition et innovation, entre héritage culturel et modernité durable.

En s'inscrivant pleinement dans les principes du slow fashion, ReVive démontre que la mode peut être belle, éthique et responsable. Ce choix stratégique positionne la marque comme un acteur incontournable d'un luxe durable, porteur de sens et d'avenir.

Audit | ReVive



Analyse de l'Offre

Positionnement de la Marque :

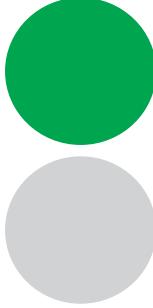
- **Segment :** Luxe écoresponsable, slow fashion.
- **Valeurs clés :** Artisanat, durabilité, transparence, exclusivité.
- **Cible :** Jeunes adultes (18-35 ans), sensibles aux questions environnementales, avec un pouvoir d'achat pour des produits de luxe.
- **Produit phare :** Chaussures en matériaux nobles, recyclés ou écologiques, avec un design intemporel et personnalisable.

Forces :

1. Engagement écologique :

- Utilisation de matériaux éthiques (cuir végétalien, Econyl®, lin bio, graphène recyclé).
- Respect strict des principes du slow fashion (production en petites séries, traçabilité).

Audit | ReVive



2. Exclusivité :

- Collections limitées et options de personnalisation.
- Packaging luxueux et écoresponsable.

3. Qualité artisanale :

- Production locale et savoir-faire traditionnel, notamment pour le marché italien.

4. Histoire forte et storytelling :

- Héritage artisanal lié à des traditions européennes nobles.
- Fusion du luxe classique et des exigences modernes.

Faiblesses :

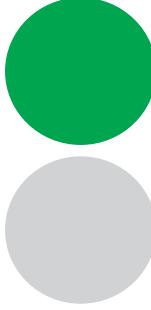
1. Absence de boutique physique :

- Moins d'opportunités pour offrir une expérience immersive et tactile au client.

2. Manque de notoriété initiale :

- Difficulté à se faire une place face aux grandes marques établies.

Audit | ReVive



3. Prix élevé :

- Peut limiter l'accès à une partie de la cible jeune.

4. Complexité logistique :

- Gestion de la traçabilité et des matériaux recyclés exigeante et coûteuse.

Opportunités :

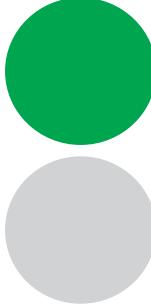
1. Augmentation de la demande pour les produits durables :

- Les consommateurs, surtout les jeunes, sont de plus en plus attirés par des marques respectueuses de l'environnement.

2. Expansion internationale :

- Marchés propices en Europe (Allemagne, Italie, Angleterre), chacun avec ses attentes spécifiques (technique, artisanat, confort).

Audit | ReVive



3. Collaborations stratégiques :

- Partenariats avec des influenceurs engagés comme Billie Eilish ou Emma Watson.

Menaces :

1. Concurrence croissante :

- D'autres marques de luxe adoptent aussi une démarche écoresponsable.

2. Risque de greenwashing :

- La moindre erreur de communication sur l'éthique ou la traçabilité pourrait nuire à l'image de la marque.

3. Dépendance aux marchés locaux :

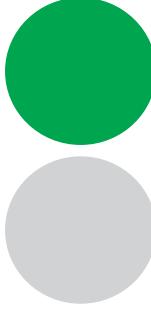
- Nécessité d'adapter l'offre à des marchés variés sans perdre l'identité de la marque.

2. Analyse des Médias Sociaux

1. Objectifs de la Marque sur les Médias Sociaux :

- Construire une communauté engagée et fidèle.
- Raconter l'histoire et les valeurs de ReVive.

Audit | ReVive



- Présenter les produits comme des œuvres d'art éthiques.
- Encourager l'interaction sans adopter une stratégie publicitaire trop agressive.

2. Réseaux à Prioriser :

1. Instagram :

- **Pourquoi :** Visuel et esthétique, parfait pour mettre en valeur les produits et le storytelling de luxe.

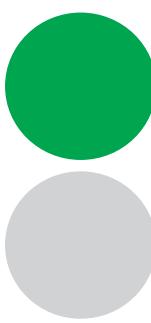
Contenu suggéré :

- Photos de produits (studio et lifestyle).
- Vidéos sur le processus artisanal et les matériaux.
- Témoignages d'artisans et clients.
- Reels courts mettant en avant l'histoire et l'exclusivité de chaque collection.

2. TikTok :

- **Pourquoi :** Attire une audience jeune (18-30 ans), avec des formats courts et dynamiques.

Audit | ReVive



Contenu suggéré :

- Vidéos montrant l'innovation (Econyl®, graphène recyclé).
- Défis créatifs impliquant les chaussures.
- Collaboration avec influenceurs écoresponsables.

3. LinkedIn :

- **Pourquoi :** Pour toucher les professionnels et mettre en avant l'éthique et l'innovation.

Contenu suggéré :

- Articles sur la transparence et le slow fashion.
- Témoignages d'artisans et responsables de production.

4. YouTube :

- **Pourquoi :** Plateforme idéale pour raconter l'histoire complète de ReVive.

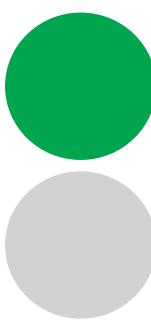
Contenu suggéré :

- Documentaires sur le processus de fabrication.
- Interviews des créateurs et ambassadeurs.
- Mini-films sur l'histoire de la marque.

5. Pinterest :

- Pourquoi : Inspiration visuelle pour les amateurs de mode et de design.

Audit | ReVive



Contenu suggéré :

- Moodboards sur les collections.
- Inspirations éthiques et durables.

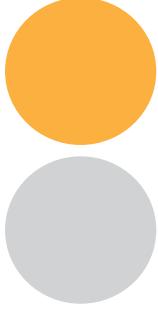
3. Évaluation de la Performance Actuelle (Si applicable) :

- **Nombre d'abonnés** : À développer sur tous les réseaux.
- **Engagement** :
 - Favoriser les interactions (likes, partages, commentaires).
 - Créer des campagnes interactives, comme des votes pour choisir des couleurs ou des designs.
- **Analyse des publications** :
 - Mise en avant des valeurs éthiques et des produits.

4. Budget Recommandé pour les Médias Sociaux :

- Production de contenu visuel (photos/vidéos) : 20 000 à 50 000 €/mois.
- Gestion des réseaux sociaux : 5 000 à 10 000 €/mois.
- Publicité ciblée (non-agressive) : 10 000 €/mois sur Instagram, TikTok, et YouTube.

Stratégie Marketing



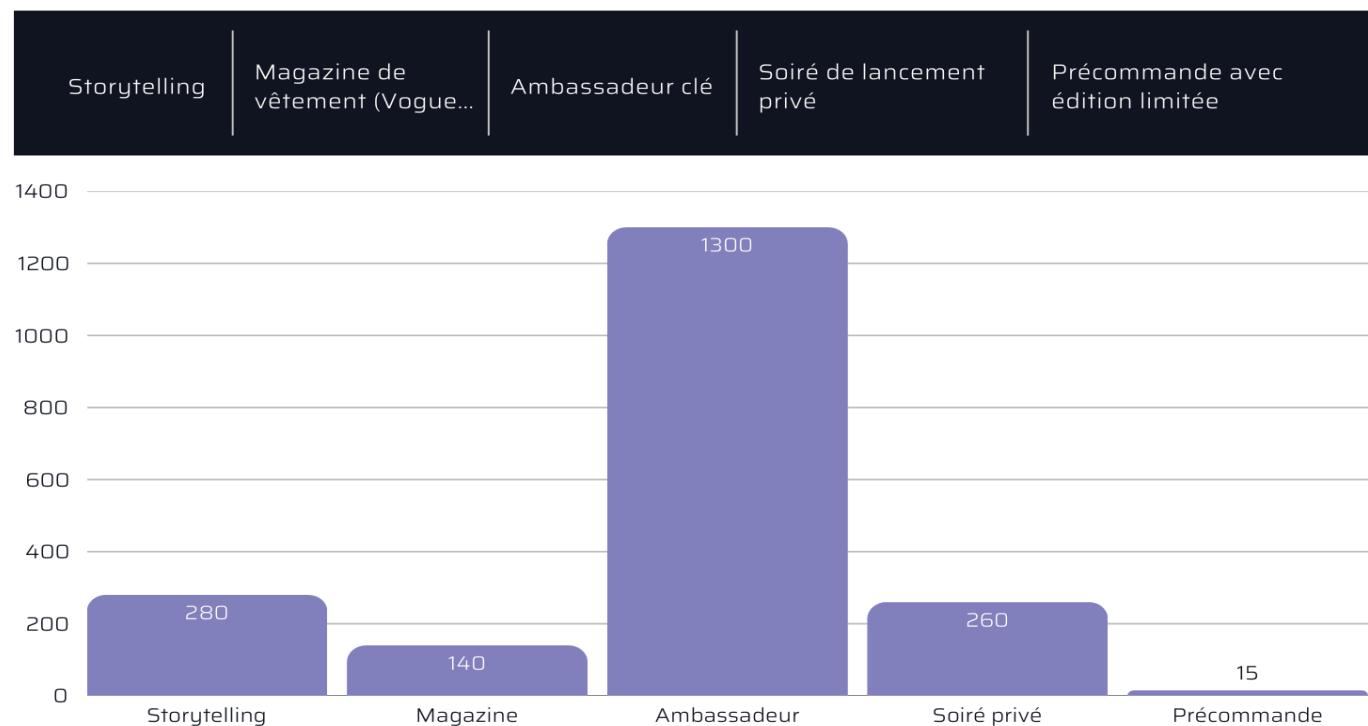
Budget global estimé : 1,08M€ à 2,75M€

Angleterre : 430 000€ - 1 320 000€

Allemagne : 188 270€ - 270 000€

Italie : 460 000€ - 1 165 000€

Budget par stratégie :



Stratégie Marketing



Angleterre :

Pour s'imposer sur le marché britannique, ReVive adopte une stratégie marketing raffinée et subtile, en parfaite cohérence avec son positionnement de marque de luxe écoresponsable. L'objectif est de séduire les jeunes adultes sensibles à l'élégance et aux valeurs durables, sans recourir à des méthodes publicitaires agressives.

1. Storytelling Visuel Inspirant

ReVive met en avant l'héritage artisanal et la durabilité à travers une série de vidéos courtes et poétiques. Ces contenus cinématographiques racontent la transformation de matériaux nobles et recyclés en œuvres d'art à porter. La diffusion se fait sur des plateformes sociales comme Instagram, TikTok et YouTube, ainsi que dans les salles de cinéma avant des films liés à l'art, au design ou à l'écologie. Cette approche vise à immerger le public dans l'univers raffiné de la marque, en créant une connexion émotionnelle et esthétique.

2. Publicité dans les Magazines de Luxe et Lifestyle

Pour toucher un public premium et averti, ReVive s'associe à des publications influentes telles que Vogue UK, Wallpaper* et GQ UK. Ces médias incarnent parfaitement l'équilibre entre élégance, innovation et conscience écologique. Les publicités mettent en scène les collections dans des mises en page épurées et sophistiquées, soulignant la noblesse des matériaux et le savoir-faire artisanal.

3. Collaboration avec des Ambassadeurs Engagés

La marque s'entoure de figures emblématiques qui partagent ses valeurs de durabilité et de luxe. Des personnalités comme Emma Watson, reconnue pour son engagement écologique, ou David Beckham, symbole d'élégance intemporelle, permettent de renforcer l'image de ReVive auprès d'un public sensible à l'éthique et au raffinement. Cette stratégie d'influence repose sur l'authenticité et la cohérence avec les valeurs de la marque.

Stratégie Marketing



4. Soirée de Lancement Privée à Londres

ReVive prévoit une soirée de lancement exclusive dans un lieu iconique de Londres, comme le Design Museum ou la Somerset House. Cet événement rassemblera des influenceurs, des journalistes de la mode et des figures de la slow fashion. L'objectif est de créer une expérience immersive où les invités pourront découvrir les matériaux durables et le processus de fabrication des chaussures. La soirée sera rythmée par des performances artistiques intimistes pour refléter l'élégance et l'authenticité de la marque.

Cette stratégie globale vise à positionner ReVive comme un acteur incontournable du luxe durable au Royaume-Uni, en combinant élégance, authenticité et innovation.

Budget :

Storytelling : -Production : 50 000€ - 100 000€

-Diffusion : TikTok, Instagram, Youtube, Cinéma 20 000€ - 30 000€

Publicité Print Ciblée : Magazines : -Vogue UK 30 000€ - 90 000€
-Wallpaper
-GQ UK

Ambassadeur clé : Emma Watson : 250 000€ - 1M€

Soirée De Lancement Privé : Lieu : The Design Museum ou Somerset House 70 000 - 100 000 €

Stratégie Marketing



Allemagne :

Pour s'imposer sur le marché allemand, ReVive mise sur une stratégie axée sur l'innovation, la durabilité et l'excellence artisanale, en harmonie avec les attentes d'un public sensible aux enjeux environnementaux et aux technologies de pointe. L'objectif est de séduire les jeunes professionnels et les consommateurs avertis, en mettant en avant la fusion entre luxe, design et responsabilité écologique.

1. Storytelling Visuel Centré sur l'Innovation

La stratégie de communication en Allemagne repose sur des vidéos immersives qui dévoilent les secrets de fabrication des chaussures ReVive. Ces contenus mettent en lumière les matériaux recyclés de haute qualité et les techniques artisanales modernisées. L'accent est mis sur la précision, la qualité et l'aspect durable des produits. Ces vidéos seront diffusées sur LinkedIn, Instagram, TikTok et YouTube, ciblant ainsi les jeunes professionnels et les passionnés de technologie et de design durable.

2. Participation à des Salons et Conférences Écoresponsables

ReVive participera à des événements de référence en matière de mode et de durabilité en Allemagne :

- Neonyt à Berlin, un salon qui fusionne mode, durabilité et innovation.
- The Shoe Fashion Expo à Francfort, spécialisé dans les chaussures haut de gamme.
- Green Fashion Fair à Munich, centré sur la mode éthique.

Ces événements permettront de présenter les collections de ReVive à travers des stands interactifs et des démonstrations immersives. La mise en avant des technologies écologiques et du savoir-faire artisanal renforcera la légitimité de la marque auprès des professionnels et des consommateurs engagés.

Stratégie Marketing



3. Soirée de Lancement Privée à Berlin ou Munich

Une soirée exclusive sera organisée dans un lieu emblématique de Berlin ou Munich, réputé pour son design épuré et contemporain. L'événement rassemblera des influenceurs, des journalistes spécialisés dans la mode et la technologie, ainsi que des acteurs majeurs de la mode durable. L'ambiance sera minimalistre mais sophistiquée, avec des installations mettant en avant les matériaux recyclés et les processus de fabrication. Une prestation d'un artiste ou DJ reconnu pour son engagement écologique viendra sublimer cette expérience unique.

4. Collaboration avec des Médias Spécialisés

Pour assurer sa crédibilité et toucher un public ciblé, ReVive collaborera avec des magazines allemands influents dans les domaines de la mode, du design et de la durabilité, tels que Vogue Germany, Harper's Bazaar Germany et Green Lifestyle. Les visuels épurés et les textes inspirants permettront de refléter l'excellence et les valeurs éthiques de la marque.

5. Lancement en Précommande avec Édition Limitée

Pour susciter l'exclusivité et renforcer le positionnement premium, ReVive proposera ses premières collections en précommande limitée. Cette stratégie permettra de valoriser la rareté des matériaux et la qualité artisanale, tout en contrôlant la production pour rester fidèle aux principes du slow fashion. Une communication ciblée via des campagnes d'emailing et les réseaux sociaux mettra en avant l'histoire des matériaux et l'engagement écologique de la marque.

En combinant innovation, savoir-faire artisanal et engagement environnemental, ReVive s'inscrit comme une référence du luxe durable en Allemagne. Cette stratégie vise à séduire un public exigeant, sensible à l'esthétique moderne et aux valeurs éthiques.

Stratégie Marketing



Budget :

Storytelling : -Production : 30 000€ - 60 000€

-Diffusion : TikTok, Instagram, Youtube 45 000€

Lancement en précommande : -Mise en place boutique en ligne : 10 000€

-Commission sur ventes : 15-30 %

Italie :

Pour s'imposer sur le marché italien, ReVive adopte une stratégie raffinée qui met en avant l'héritage artisanal et la durabilité, des valeurs profondément ancrées dans la culture italienne. L'objectif est de séduire les consommateurs sensibles à la mode de luxe, au design intemporel et à l'excellence du savoir-faire, tout en valorisant l'innovation écologique.

1. Storytelling Inspiré par l'Héritage Artisanal Italien

La communication de ReVive en Italie s'articulera autour d'un storytelling puissant qui célèbre la tradition artisanale italienne tout en l'inscrivant dans une démarche durable et moderne. Des vidéos cinématographiques mettront en scène les processus de fabrication des chaussures, soulignant le lien entre les techniques ancestrales et les matériaux recyclés innovants. Ces contenus seront diffusés sur Instagram, TikTok, et YouTube, avec une approche élégante et poétique qui parlera au public italien, connu pour son goût du détail et de la qualité.

Stratégie Marketing



2. Partenariat avec des Magazines de Luxe et de Mode

Pour toucher une audience haut de gamme, ReVive collaborera avec des magazines italiens prestigieux tels que Vogue Italia, L’Uomo Vogue, et Elle Italia. Ces publications permettront de mettre en avant les collections à travers des visuels sophistiqués et des articles valorisant le savoir-faire et l’engagement écologique de la marque. Cette présence médiatique renforcera la notoriété de ReVive auprès des amateurs de mode italienne et des consommateurs écoresponsables.

3. Participation à des Salons de Mode et de Luxe

L’Italie étant un carrefour mondial de la mode, ReVive participera à des événements incontournables tels que :

- Pitti Uomo à Florence, salon emblématique de la mode masculine et du luxe.
- Lineapelle à Milan, spécialisé dans les matériaux haut de gamme et innovants.
- White Milano, plateforme de la mode contemporaine et durable.

Ces salons offriront à ReVive l’opportunité de présenter ses collections à un public international et de nouer des partenariats avec des professionnels du secteur de la mode de luxe. Les stands seront conçus pour refléter l’élégance et l’écoresponsabilité de la marque, avec des démonstrations artisanales en direct.

4. Soirée de Lancement Privée à Milan ou Florence

Une soirée exclusive sera organisée dans un lieu historique ou artistique de Milan ou Florence, deux capitales de la mode et de l’artisanat. L’événement réunira des créateurs, des influenceurs, des journalistes spécialisés et des acteurs majeurs de la mode durable. L’expérience immersive mettra en avant l’histoire de ReVive à travers des installations artistiques et des démonstrations du savoir-faire artisanal. Une performance d’un artiste italien contemporain apportera une touche culturelle et élégante à la soirée.

Stratégie Marketing



5. Lancement en Précommande Édition Limitée

Afin de susciter un sentiment d'exclusivité et de désir, ReVive proposera ses premières collections en précommande limitée. Cette approche s'inscrit dans les valeurs du slow fashion, valorisant la rareté et la qualité. Une campagne de communication ciblée, notamment via des newsletters et les réseaux sociaux, mettra en avant l'histoire des matériaux recyclés et l'artisanat exceptionnel derrière chaque paire de chaussures.

6. Collaboration avec des Figures de la Mode et du Design Italien

Pour renforcer son image de marque, ReVive envisagera des collaborations avec des designers ou des artistes italiens reconnus pour leur engagement dans le design durable et le luxe. Ces partenariats permettront de créer des collections capsules ou des événements exclusifs, renforçant le lien entre tradition et innovation.

En mettant en avant la richesse de l'héritage artisanal italien et son engagement écologique, ReVive s'inscrit comme une marque de luxe contemporaine et responsable. Cette stratégie vise à séduire une clientèle italienne exigeante, attachée aux valeurs de qualité, de tradition et de durabilité.

Budget :

Storytelling : -Production : 50 000€ - 100 000€

-Diffusion : TikTok, Instagram, Youtube, Cinéma 20 000€ - 30 000€

Publicité Print Ciblée : Magazines : -Vogue Italia 30 000€ - 90 000€
-L'Uomo Vogue
-AD Italia

Stratégie Marketing



Ambassadeur clé : Michele Morrone : 250 000€ - 800 000€

Participation à des salons de mode :

Lieu : -Pitti Uomo (Florence) Mode masculine haut de gamme Stand : 25 000 €
-Lineapelle (Milan) Salon international du cuir et matériaux innovants Logistique: 10 000 €

Soirée De Lancement Privé : Lieu : Fondazione Prada ou Villa Necchi Campiglio 70 000 - 100 000 €

Vente via plateformes premium : Plateformes ciblés : -LuisaViaRoma, Yoox

Mise en place boutique en ligne : 10 000 €

Commission sur ventes : 15-30 %

Synthèse globale :

La stratégie marketing de ReVive allie élégance et durabilité pour s'imposer comme une référence du luxe écoresponsable en Europe. La marque mise sur un storytelling raffiné, valorisant l'artisanat et l'innovation durable à travers des contenus immersifs. Sa présence ciblée dans les médias de luxe et des événements exclusifs à Londres, Berlin et Milan renforce son image haut de gamme. ReVive privilégie une stratégie digitale esthétique et authentique, soutenue par des collaborations avec des ambassadeurs engagés. Le lancement en précommande, en édition limitée, incarne son engagement envers la slow fashion et l'exclusivité.

Évènement

Revive

LIVE IN
CONCERT



SATURDAY, APRIL

12, 2025

7:00 PM - 11:00 PM

BILLIE EILISH



Évènement

LA RENAISSANCE DU LUXE DURABLE

LE 12 AVRIL 2025, REVIVE ORGANISE UN ÉVÉNEMENT EXCEPTIONNEL À THE DESIGN MUSEUM DE LONDRES, SYMBOLE DE L'INNOVATION ET DE LA CRÉATIVITÉ. CETTE SOIRÉE PRESTIGIEUSE MARQUERA LE LANCEMENT OFFICIEL DE LA MARQUE SUR LA SCÈNE INTERNATIONALE, EN RÉUNISSANT LE MONDE DU LUXE ET DE LA MODE DURABLE DANS UNE AMBIANCE ÉLÉGANTE ET AVANT-GARDISTE.

AU PROGRAMME DE CETTE SOIRÉE UNIQUE :

★ IMMERSION DANS L'UNIVERS REVIVE : UNE SCÉNOGRAPHIE RAFFINÉE METTRA EN LUMIÈRE LES MATÉRIAUX NOBLES ET RECYCLÉS UTILISÉS DANS LA CONFECTON DES COLLECTIONS. DES ATELIERS INTERACTIFS PERMETTRONT AUX INVITÉS DE DÉCOUVRIR LES SECRETS DU SAVOIR-FAIRE ARTISANAL QUI FONT LA SINGULARITÉ DE LA MARQUE.

♪ PERFORMANCE EXCLUSIVE DE BILLIE EILISH : ICÔNE DE LA GÉNÉRATION ENGAGÉE, BILLIE EILISH OFFRIRA UN CONCERT INTIMISTE, ILLUSTRANT PARFAITEMENT LES VALEURS DE CRÉATIVITÉ ET D'ÉCORESPONSABILITÉ PORTÉES PAR REVIVE. SA PRÉSENCE RENFORCE LE LIEN ENTRE MUSIQUE, ART ET DURABILITÉ.

▀ COCKTAIL DINATOIRE HAUT DE GAMME : UN SERVICE DE RESTAURATION DURABLE ET RAFFINÉ SERA PROPOSÉ, AVEC DES METS ÉLABORÉS À PARTIR DE PRODUITS BIOLOGIQUES ET LOCAUX, EN HARMONIE AVEC L'ÉTHIQUE DE LA MARQUE.

♫ RENCONTRES EXCLUSIVES : DES PERSONNALITÉS INFLUENTES DU MONDE DE LA MODE, DES JOURNALISTES, DES ARTISTES ET DES FIGURES MAJEURES DU MOUVEMENT SLOW FASHION SERONT PRÉSENTES, CRÉANT UN ESPACE PROPICE AUX ÉCHANGES ET AUX COLLABORATIONS.

CETTE SOIRÉE EXCEPTIONNELLE PROMET D'ÊTRE UN MOMENT FORT OÙ L'ÉLÉGANCE DU PASSÉ RENCONTRE L'INNOVATION DURABLE, MARQUANT LE DÉBUT D'UNE NOUVELLE ÈRE POUR LA MODE DE LUXE RESPONSABLE.