PV DENIM

DOSSIER DE PRESSE
7 NOVEMBRE 2022

23 & 24 NOVEMBRE 2022
SUPERSTUDIO PIÙ, **MILAN**

PREMIÈREVISION
the art & heart of fashion

DENIM.PREMIEREVISION.COM

CRÉATIVITÉ ET INNOVATION AU CŒUR DU SALON **DENIM PREMIÈRE VISION** QUI CÉLÈBRE SES 15 ANS À **MILAN LES 23 & 24 NOVEMBRE PROCHAINS**

Depuis 15 ans, Denim Première Vision nourrit, guide et inspire la communauté internationale du denim. 30 saisons d'innovation et d'inspiration qui seront célébrées les 23 & 24 novembre prochains autour d'un événement aux accents à la fois business, festifs et inspirationnels.

Après l'Allemagne et une première édition berlinoise réussie en juin dernier, le rendez-vous expert du denim poursuit son itinérance européenne en Italie, et marque son retour au Superstudio Più, à Milan, une destination unique et inspirante où, pendant deux jours, la communauté internationale du denim et plus largement la filière mode sont invitées à élargir leurs perspectives de business et à découvrir de nouvelles sources de création.

S'adressant à l'ensemble des marques de mode créatives qui développent des collections denim – marques de mode et de luxe, pure players du jeanswear, acteurs du web – le salon présentera **l'offre sélective de plus de 66 exposants leaders** de l'industrie mondiale du denim créatif, et **originaires de 14 pays** – dont l'Italie, le Japon, l'Espagne, la Turquie, le Maroc, le Bangladesh ou encore le Pakistan -, qui accompagneront le développement et la création des collections printemps été 24.

Au-delà de l'offre, cette édition proposera :

- **Une programmation inédite de prises de paroles** d'exposants et d'experts sur les enjeux de la filière : écoresponsabilité, digitalisation, production…
- **Le *séminaire mode denim PE 24* et les *Digital Live Sourcing* :** des séminaires mode animés en ligne et sur le salon par l'équipe mode de Denim Première Vision pour orienter les créatifs dans la construction et la création de leurs collections de denim.
- **NOUVEAU : 3 Forums** décrypteront les tendances denim printemps été 24 à travers une sélection de tissus, d'accessoires et de produits finis, mais aussi des photos et des vidéos immersives.
- **Le *Denim Fashion District* :** pour la 2e saison consécutive, une dizaine de marques de prêt-à-porter et d'accessoires exposeront en avant-première leurs collections créées en partenariat avec des exposants du salon.
- **Des ateliers et des animations :** des expériences uniques pour mieux comprendre les techniques de travail du denim.
- **Un cocktail organisé en partenariat avec le denimier turc ISKO™** pour célébrer la toile indigo et les 15 ans de Denim Première Vision.

ÉTUDE IFM X PREMIÈRE VISION* :

Comportements d'achat et critères d'écoresponsabilité des produits denim en Europe et aux états-unis

Une étude menée en avril 2022 par Première Vision dans le cadre de la chaire INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE X PREMIÈRE VISION révèle les nouveaux comportements d'achat des consommateurs européens (France, Italie, Allemagne, Royaume-Uni) et américains (Etats-Unis) en termes de produits mode denim, et présente les critères retenus par ces mêmes consommateurs pour déterminer ce qui définit, selon eux, un jean écoresponsable.

Tous les résultats à retrouver en dernière partie de ce dossier de presse.

*Étude consommateurs réalisée en ligne en avril 2022 dans le cadre de la chaire Institut Français de la Mode X Première Vision, en France, Italie, Allemagne, Royaume-Uni et aux Etats-Unis, sur un échantillon de 6 000 personnes (1 200 répondants par pays) représentatif de la population de chacun des pays, âgée de 18 ans et plus.

DENIM PREMIÈRE VISION : 15 ANS D'OBSERVATION ET D'ACCOMPAGNEMENT DU MARCHÉ DU DENIM

Un marché résolument mode, multi-communautaire, tech et plus responsable

Depuis la création de Denim Première Vison en 2007, aux pure-players, la cible historique du salon, se sont ajoutés de nouveaux acteurs, aux codes, aux profils et aux attentes plus diversifiés.

Marques et créateurs de mode issus du luxe, du prêt-à-porter moyen et haut de gamme ou pure players du Web, retailers, nouvelles générations de designers et de consommateurs, ces multiples communautés gravitent désormais dans la sphère du denim.

Le marché a pris ces dernières années une orientation plus mode que jamais, avec l'intégration d'une part croissante du denim dans les collections.

Une vision moins étroite et figée du denim, plus créative et audacieuse, qui s'impose aujourd'hui et se détache des valeurs historiques du denim : la rébellion et le vintage. Le désir de personnalisation donne naissance à une multiplicité des propositions de coupes et de silhouettes qui coexistent au sein d'une même marque, d'une même collection ou d'une même garde-robe : le slim ou le droit classique côtoient les bootcuts, les larges à taille haute et les portés loose.

Le jean adresse ainsi plusieurs messages, selon son style, sa forme, son délavage ou l'occasion pour laquelle il est porté : plus formel, il remplace le costume au bureau ; plus relax, il se fait plus casual ; plus mode et créatif, il est le reflet d'envies plus personnelles.

Ce marché en évolution est par ailleurs porté par de nouvelles valeurs d'éco-responsabilité et par une culture digitale omniprésente et grandissante.

Pour les jeunes générations, la responsabilité est en effet devenue un prérequis à la création, au développement produit, au choix des matières. Elle impose des évolutions structurelles à l'ensemble de la chaine de valeur de production qui sont au cœur des axes de réflexion proposés par Denim Première Vision depuis plus de 10 ans déjà, et plus récemment à travers sa plateforme Smart Creation.

Nées avec le digital et immergées dans la culture de la technologie et de l'information immédiate, ces générations suivent des codes et des valeurs qui impactent directement les marques, la distribution, le développement de collaborations, la communication.

Face à ces évolutions sociétales et culturelles, le marché et la filière s'adaptent à travers un certain nombre d'initiatives structurantes qui touchent la création, la production au sens technologique du terme, la répartition géographiques des zones de production mondiales, et enfin le mix produit.

Aujourd'hui, Denim Première Vision propose un événement à la fois ouvert aux jeunes générations et fidèle à l'héritage du denim, qui place en son cœur la mode et la création, l'avant-garde, ou encore l'innovation écoresponsable et digitale, à travers une offre et une programmation qui apportent des solutions concrètes à ce marché en mutation.

Un salon international et itinérant qui joue la **proximité avec les marchés de mode et de création**, tout en proposant de nouveaux lieux d'inspirations pour la filière.

L'OFFRE **SÉLECTIVE** ET **SPÉCIALISÉE** DE PLUS DE 65 EXPOSANTS

En novembre, Denim Première Vision présentera l'offre sélective et les derniers développements de 66 entreprises leaders à retrouver en ligne sur la marketplace Première Vision (accessible via le site premierevision.com) et en physique sur le salon.

Issus de 14 pays et sélectionnés parmi les meilleurs spécialistes d'Europe – Italie, Espagne –**, du bassin méditerranéen** – Turquie, Maroc – et d'Asie – **Japon, Pakistan, Bangladesh–, ces exposants couvrent tous les métiers de la chaîne d'approvisionnement :**

→ Filateurs, tisseurs, confectionneurs/ délaveurs/ finisseurs, fabricants de composants et d'accessoires, développeurs de technologies.

Ils seront présents cette saison à Milan :

ISKO™ (Fabrics, Turquie), KURABO (Fabrics, Japon), KASSIM DENIM (Fabrics, Pakistan), KUROKI (Fabrics, Japon), REALTEKS (Fabrics, Turquie), RIBBONTEX (Accessories, Italie), BOSSA DENIM (Fabrics, Turquie), FABRITEX (Fabrics, Italie), CHOTTANI INDUSTRIES (Garments & Finishings, Pakistan), CALIK DENIM (Fabrics, Turquie), AZGARD (Fabrics, Pakistan), FASHIONART (Garments & Finishings, Italie), OFFICINA +39 (Technology, Italie), VELCOREX (Fabrics, France), MARITAS DENIM (Fabrics, Turquie), CADICA GROUP (Accessories, Italie), PACIFIC JEANS LTD (Garments & Finishings, Bangladesh), TAVEX (Fabrics, Maroc), TINTES EGARA, (Garments & Finishings, Espagne), KOMET METAL (Accessories, Turquie) Et bien d'autres !

La liste complète des exposants denim ici

S'IMMERGER DANS **LA SAISON** DENIM **PRINTEMPS ÉTÉ 24**

Pour la saison denim printemps été 24, l'industrie se réinvente et se diversifie avec courage et rébellion.

D'abord, les matières irrégulières, abîmées et défectueuses sont transformées, décomposées et recomposées.

Il s'agit ensuite d'expérimenter la réutilisation et la récupération des matériaux pour leur donner une vie plus longue : c'est l'un de enjeux principaux du denim cette saison.

Enfin, une 3ème révolution conduit le denim à repenser son univers physique, créant une opposition entre le monde matériel et le monde virtuel.

Le denim est une page blanche, toujours prêt à être réinventé. Cette saison, des expériences sont menées sur ses structures, ses textures et ses comportements.

De son côté, l'innovation sert à faire progresser la création écoresponsable : les solutions se multiplient dans tous les domaines, de la traçabilité à la fin de vie du produit, en passant par le processus de conception.

NOUVEAU ! 3 FORUMS PÉDAGOGIQUES ET INSPIRATIONNELS

Pour cette édition, en lieu et place de l'unique Trends Agora, trois espaces distincts et répartis au sein du salon présenteront les grandes orientations et les inspirations pour la saison denim printemps été 24.

Les deux premiers forums exposeront les principales tendances saisonnières et les grandes orientations en termes d'innovation, de création et de développement produit à travers des textes, des images, et une sélection pointue de tissus, accessoires et produits finis issus des collections des exposants du salon.

Afin d'inspirer leurs futures collections denim aux marques et créateurs de mode, le troisième forum proposera une expérience vidéo inspirationnelle et immersive qui plongera littéralement les visiteurs au cœur des tendances denim de la saison.

NOUVEAU ! 2 VISITES GUIDÉES DES FORUMS

Chaque jour, une visite des forums sera proposée aux acheteurs :

- Un décryptage en anglais le 1er jour à 12H
- Un décryptage en italien le 2e jour à 12H30

→ Inscription sur le site internet du salon.

2 SÉMINAIRES MODE ET 2 DIGITAL LIVE SOURCING

Sur le salon comme en ligne, retrouvez les décryptages de la saison printemps été 24 à travers des prises de paroles dédiées : tendances, produits, matières.

Des séminaires conçus par l'équipe mode de Première Vision pour inspirer les stylistes et créateurs, et guider les acheteurs dans la construction de leurs futures collections denim.

o 2 séminaires mode denim PE 24 : au sein de la Talks Area, la zone du salon dédiée aux conférences, Lorenza Martello, spécialiste mode denim chez Première Vision, présentera quotidiennement un séminaire exclusif pour appréhender la saison denim printemps été 24 :

- inspirations et décryptage des tendances.
- orientations en termes de formes, de coupes et de silhouettes.

→ **Mercredi 23 à 14h**
→ **Jeudi 24 novembre à 11h (Talks Area du salon).**
→ **Diffusion sur le site Web de Première Vision** à partir du lundi 28 novembre.

o 2 Digital Live Sourcing : présentés depuis les forums du salon par Lorenza Martello, Cheffe de Produit Denim chez Première Vision, ces deux expériences de Live Sourcing proposent un focus sur les points forts de la saison avec les nouveautés produits des exposants à sourcer au salon et en ligne sur la Marketplace de Première Vision.

→ **Diffusion à 15h chaque jour sur le site de Première Vision** (possibilité pour les participants de poser des questions en direct), puis à retrouver **en replay sur le site web et les réseaux sociaux** de Première Vision.

UNE PROGRAMMATION INSPIRANTE

DES PRISES DE PAROLES EXPERTES

Afin d'accompagner les évolutions du marché et d'aiguiller la réflexion des acteurs de l'industrie du denim dans leurs choix futurs, Denim Première Vision organise une série de conférences et de prises de paroles autour des enjeux de la filière : écoresponsabilité, innovation digitale, problématiques de production…

Dans une zone spécialement dédiée, la Talks Area, exposants, marques de mode et de denim, observateurs et experts exposeront leur point de vue et débattront avec les professionnels présents au salon autour des solutions à apporter à l'industrie du denim pour qu'elle soit toujours plus créative, innovante et responsable.

→ **Programme des conférences ci-dessous et mis à jour quotidiennement sur le site web de Denim Première Vision.**

MERCREDI 23 NOVEMBRE

12H30 : «SE TOURNER VERS LE DENIM EN PÉRIODE D'INCERTITUDE TALK» PAR FASHION SNOOPS

Dans la mode, il est difficile de trouver une matière aussi ancienne, internationale, portée et aimée que le denim. Transcendant les cultures, les sexes, les classes sociales et les générations, le denim est devenu une icône et une référence pour les consommateurs. Puissant symbole de longévité et de force, il n'est pas surprenant que le denim ait résisté à deux siècles de changements et d'incertitudes et qu'il ait prouvé à maintes reprises sa capacité à se réinventer encore et encore. Répondant aux besoins les plus essentiels de ceux qui le portent, le denim a toujours été un pilier de sécurité dans un monde en proie aux tensions. Alors que l'industrie se prépare à faire face à une récession imminente, à des taux d'inflation en hausse et à la menace permanente de futurs défis économiques, il est logique que le denim - notamment symbole de résilience - poursuive sa trajectoire et se maintienne en ces temps difficiles. Alors que l'industrie du denim continue d'évoluer, nous voyons la réappropriation de l'artisanat, la réinterprétation de l'héritage et les nouveaux modes de créativité D.I.Y. inaugurer une nouvelle ère du denim. Dans cette présentation, la directrice des maières (Director of Materials) de Fashion Snoops, Nia Silva, examinera comment ces changements majeurs de culture et de style de vie ont un impact sur l'industrie du denim, proposant ainsi un guide précis pour la saison à venir.

Intervenante : Nia Silva, Director of Materials, Fashion Snoops

14H : SÉMINAIRE MODE DENIM : LES TENDANCES DENIM POUR LE PE 24

Lorenza Martello, spécialiste mode denim chez Première Vision, présente un séminaire exclusif pour appréhender la saison denim printemps été 24 : - inspirations et décryptage des tendances.
- orientations en termes de formes, de coupes et de silhouettes.

15H30 : HUMANISME NUMÉRIQUE : COLLECTION PHYGITAL 2.0 PAR CALIK DENIM X JEANOLOGIA

Développée à l'aide du logiciel e-Designer de Jeanologia, cette collection collaborative est produite à partir des tissus écologiques et compatibles avec le laser de Calik Denim, grâce à l'application des procédés durables de Jeanologia.

Intervenants: Cigdem Kacar, Chef de Produit Marketing, Calik Denim; Amor Cardona, Brainbox, Jeanologia

16H30 : COMMENT LE MADE IN ITALY FAIT FACE AUX DÉFIS ACTUELS ET FUTURS

La chaîne de valeur italienne est composée d'un large éventail d'entreprises très créatives et à l'expertise unique, chacune servant les meilleurs opérateurs dans son domaine sur le marché mondial. Quatre grands spécialistes italiens nous expliquent comment ils vont relever les défis actuels et futurs du marché.

Modératrice: Maria Cristina Pavarini, Rédactrice en Chef Adjointe, The SPIN OFF/Textil Wirtschaft

Intervenants : Matteo Marzotto, Entrepreneur & Président, Minerva Hub ; Andrea Rambaldi, Directeur, Fashionart Spa; Carlo Parisatto, Directeur Marketing et Commercial, Cadica ; Ugo Ghilardi, PDG, Itema Group

SAVE THE DATE: DENIM PV PARTY X ISKO™

Mercredi 23 novembre, à partir de 18h30, Denim Première Vision vous invite à célébrer la toile indigo au cœur du Superstudio Più.

Un événement organisé en partenariat avec le denimier ISKO™, exposant au salon.

JEUDI 24 NOVEMBRE

11H : SÉMINAIRE MODE DENIM : LES TENDANCES DENIM POUR LE PE 24

Lorenza Martello, spécialiste mode denim chez Première Vision, présente un séminaire exclusif pour appréhender la saison denim printemps été 24 : inspirations et décryptage des tendances.
orientations en termes de formes, de coupes et de silhouettes.

13H: BONNES PENSÉES, BONNES PAROLES, BON JEAN ?

Tout le monde s'accorde à dire que créer et produire le bon jean, un jean durable et fabriqué de manière responsable, est aujourd'hui un objectif nécessaire et primordial pour améliorer l'impact écologique de l'industrie du denim. Mais quelle est la bonne marche à suivre pour fabriquer ce « bon jean », à une époque où, souvent, trop de bonnes paroles et de réflexion peuvent mener à l'inaction? Lors de cette conférence, Andrea Rosso, ambassadeur du développement durable chez Diesel et pionnier du recyclage, expliquera pourquoi le changement passe d'abord par une évolution des mentalités. Il sera accompagné par Caterina Tonda, spécialiste au sein du Material Innovation Lab de Kering.

Modérateur : Christian Layolle, conseiller en durabilité, cofondateur et directeur associé d'ANIMA

Intervenants : Andrea Rosso, Ambassadeur Développement Durable chez Diesel ; Caterina Tonda, Recherche Matières et Spécialiste du Sourcing Durable au sein du Material Innovation Lab de Kering

14H : PITCH EXPOSANT - SHARABATI DENIM: RECYCLER, C'EST ÉCONOMISER, ET ÉCONOMISER PEUT ÊTRE LA BASE DE LA DURABILITÉ

La durabilité ne consiste pas seulement à utiliser du fil recyclé ou du fil organique, mais aussi à mettre en place des processus durables à chaque étape de la production. Sharabati Denim partagera son expérience avec sa propre usine de fil recyclé, son usine de soude caustique recyclée, son système de traitement et de recyclage des eaux usées, ses investissements en matière d'économie d'énergie et ses procédés de teinture et de finition économes en eau.

Intervenants : Alessandro Moretti Ciacci, Directeur des Ventes et du Marketing, Sharabati Denim ; Ghayth Miro, Directeur Qualité International, Sharabati Denim

15H : PITCH EXPOSANT – BOSSA : PROJETS DE COTON DURABLE

Des informations détaillées sur tous les projets de coton durable comme le coton biologique, le coton coloré, le coton régénératif, le coton bcı, etc. Découvrez tous les systèmes d'agriculture durable et les meilleures solutions environnementales pour un monde plus vert !

Intervenant : Besim Özek, Directeur Stratégie et Développement Commercial, Bossa

PV DENIM * FASHION DISTRICT #2

Pour la deuxième fois consécutive, au-delà de la créativité des exposants du salon, Denim Première Vision propose d'ouvrir le champ des possibles créatifs à une dizaine de marques et créateurs de mode internationaux.

Dans un espace adapté à l'identité de chacun, ils présenteront des pièces développées en collaboration avec une sélection d'exposants du salon. Des vêtements et accessoires en denim exclusifs qui intégreront leurs prochaines collections et que l'on retrouvera prochainement en boutique.

Les marques participantes :

- **Revibe** (France)
- **RESAP**(France)
- **NTMB** (Italie)
- **Common Parts** (Roumanie)
- **Fade Out Label** (Allemagne)
- **Milena Andrade** (Italie)
- **Hen's Teeth**(Italie)
- **Gallia** (Italie)
- **Gimmi Jeans** (Italie)
- **Denzilpatrick** (Royaume-Uni)
- **Kentroy Yearwood** (Pays-Bas)
- **Stripes Off Road** (Italie)
- **Blue of a Kind** (Italie)
- **Marsēm** (Italie)

DES EXPÉRIENCES ET ATELIERS PÉDAGOGIQUES

Pour enrichir les connaissances techniques des professionnels présents au salon, ouvrir leurs perspectives sur de nouvelles matières ou de nouvelles inspirations, Denim Première Vision proposera une série d'expositions, d'ateliers pédagogiques et d'expériences collaboratives au cœur du Supertsudio Più.

→ **Le programme définitif et complet des ateliers et expériences est disponible sur le site web de Denim Première Vision.**

La collection Indigo Eden
Initié par **Alessio Berto**, le projet Indigo Eden a pour vocation de créer une **collection capsule zéro impact** collaborative réunissant l'expertise d'entreprises engagées et transparentes, et la créativité visionnaire de talents de demain. Les **5 silhouettes de la collection** seront exposées dans un espace dédié sur le salon.

Exposition d'archives
Le groupe Italien **WP Lavori in Corso** fondé en 1982 à Bologne a choisi le salon Denim Première Vision pour exposer **les archives de ses collections** de prêt-à-porter et d'accessoires à l'occasion de ses 40 ans d'existence. Une exposition à découvrir dans un espace dédié sur le salon.

Le coton bio made in Italy
Découvrez l'histoire d'un **coton sicilien 100 % biologique, équitable et neutre en CO2** à travers une exposition préparée par **Cotone Organico Sicilia**, ferme biologique spécialisée dans la culture et la transformation du coton en Sicile.

L'expérience du tissage manuel
Fondée en 1895, **Tessitura La Colombina** est une entreprise qui produit des tissus à la main sur d'anciens métiers à tisser. **Venez vous exercer au métier manuel et créer votre propre tissu denim** grâce aux conseils experts de **Carlo Colombo** sur le salon !

L'art de la teinture
Pendant les 2 jours du salon, participez à notre **workshop collaboratif de création textile**. Une expérience de teinture par **Emina Batik** et **Tintes Egara** sur une toile tissée par **Tessitura La Colombina** avec le design du créateur denim **Stefano Aldighieri**.

Et en +...
Une histoire d'économie circulaire avec l'exposition photo **Aborigeni Mezzadri**, l'installation « *Denim then and now* » par **Officina+39**, **Prosperity Textile** et **Bluesign**, le projet Rewind, l'installation **Calik**...

DENIM PREMIÈRE VISION SE MET SUR SON 31 !

Qui a dit que le jean ne pouvait pas être chic ? Pour ses 15 ans, le salon Denim Première Vision s'offre une nouvelle tenue 100% denim pour ses hôtes et hôtesses, fruit de la collaboration entre le patronnier Alessio Berto, le denimier Sharabati Denim et le confectionneur Fashion Art.

Expert dans l'art du patronage, Alessio Berto dirige son propre studio de modélisme The Tailor Pattern Support depuis 2012. Spécialisé dans le denim, il collabore cette édition encore à la création du nouvel outfit qui habillera l'équipe d'accueil du salon les 23 & 24 novembre au Superstudio Più.

La tenue unisexe se compose d'un ensemble **veste de tailleur col châle et d'un pantalon palazzo** taillés dans une toile denim issue de la collection du denimier turc Sharabati Denim, entreprise fondée en 1978 en Syrie, qui fut l'une des premières à produire du denim au Moyen Orient.

Coté fabrication, les futures tenues des hôtes et hôtesses du salon ont été confiées au **fabricant italien FashionArt**. Spécialisée dans le luxe, l'entreprise met la technique et la compétence de ses équipes au service de la créativité des marques pour la conception de leurs collections denim.

Quant aux étiquettes de cette nouvelle tenue denim, elles ont été produites par Cadica Group, spécialiste des étiquettes, des rubans et badges brodés et de packagings en matières naturelles et durables.

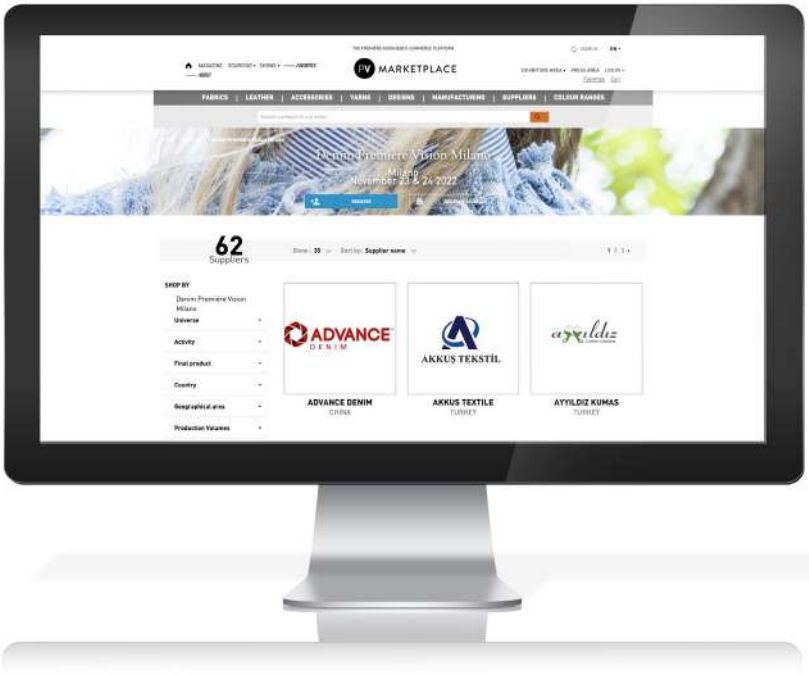
LA MARKETPLACE PREMIÈRE VISION, UN OUTIL DIGITAL COMPLÉMENTAIRE AU SALON

Avec sa Marketplace lancée en 2018, Première Vision compte parmi les premiers opérateurs du secteur à avoir investi dans le digital afin de proposer aux marchés internationaux des services complémentaires à ses événements physiques, apportant des solutions concrètes aux besoins de sourcing des marques et aux enjeux de visibilité et de promotion des collections de ses exposants à l'échelle mondiale.

Les exposants de Denim Première Vision ont intégré les boutiques de la Marketplace dès mai 2019. Ils bénéficient du renouvellement gratuit de leurs collections sans limite de quantité de produits présentés, ni contrainte d'engagement et de durée.

Accessible directement via le site www.premierevision.com, la Marketplace Première Vision accompagne les marques dans leur sourcing tout au long de l'année, grâce à un dispositif en ligne adapté aux besoins de la filières, avec des services et fonctionnalités optimisés pour dynamiser le networking entre acheteurs et fournisseurs:

- **Des outils de mise en relation clients/fournisseurs efficaces** pour faciliter la prise de contact direct et les échanges commerciaux à distance : rendez-vous en visioconférence, via la fonctionnalité d'appel vidéo de WhatsApp et Facebook Messenger, afin de personnaliser les rencontres et faciliter la présentation des collections de matières.
- **Un catalogue digital interactif et des profils entreprises multimédia immersifs** pour dynamiser la présentation de l'activité des exposants avec des informations sur l'entreprise -contacts, savoir-faire, spécificités…- illustrées d'images, de textes ou de vidéos, mais aussi, la possibilité de mettre en avant des informations produits spécifiques via des photos ou des vidéos.



ÉTUDE INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE X PREMIÈRE VISION

Les comportements d'achat et les critères d'écoresponsabilité des produits denim pour les consommateurs européens & américains

À l'aune de l'inflation croissante liée à la flambée des prix de l'énergie et des matières premières, et aux conséquences du conflit russo-ukrainien, la consommation de mode globale ne connaît pas la reprise espérée après la crise sanitaire de 2020 et 2021.

Dans ce contexte, il est intéressant d'étudier les déterminants qui poussent ou freinent aujourd'hui les consommateurs dans leurs achats, mais aussi d'analyser leur perception et la place qu'ils accordent à une mode plus écoresponsable, et en particulier concernant les produits de l'industrie du denim.

C'est l'objet de l'étude* menée en avril 2022 dans le cadre de la chaire Institut Français de la Mode x Première Vision auprès d'un panel de consommateurs européens (France, Allemagne, Italie, Royaume-Uni) et américains (USA). Une étude conduite notamment autour des produits de mode denim.

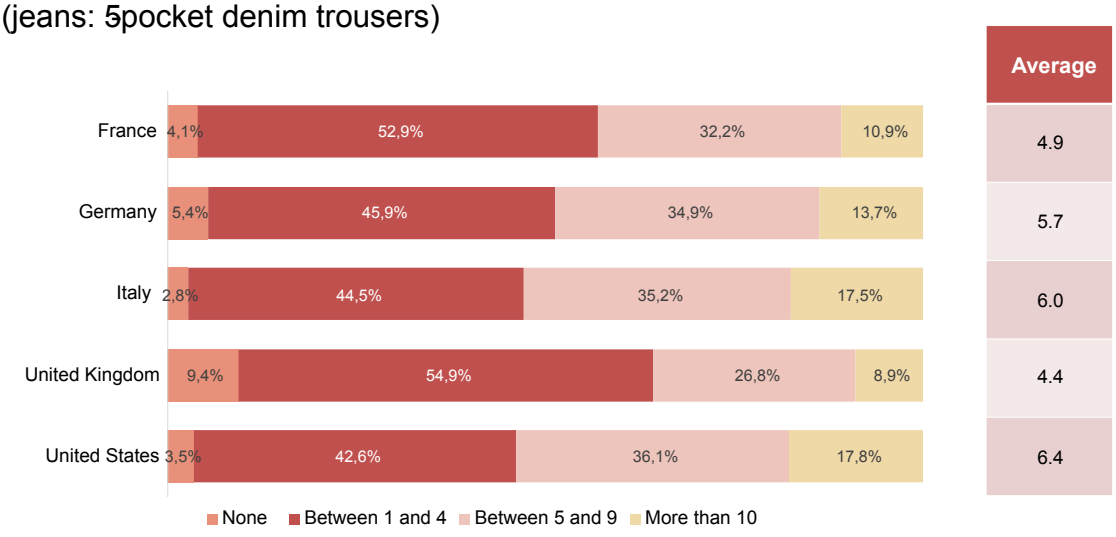
4 À 6 JEANS EN MOYENNE DANS NOS GARDE-ROBES

L'étude révèle tout d'abord que les consommateurs européens et américains possèdent en moyenne entre 4 et 6 jeans dans leur armoire, avec quelques différences selon les pays, les Italiens et les Américains étant les plus fournis avec en moyenne 6 paires dans leur garde-robe.

On note en outre, que près de la moitié des consommateurs (et même plus de la moitié en Allemagne, en Italie et aux USA) se déclarent en possession d'au moins 5 à 10 paires de jeans. Brut, classique, usé, fantaisie ou personnalisé, le jean est donc bien un élément incontournable de notre vestiaire.

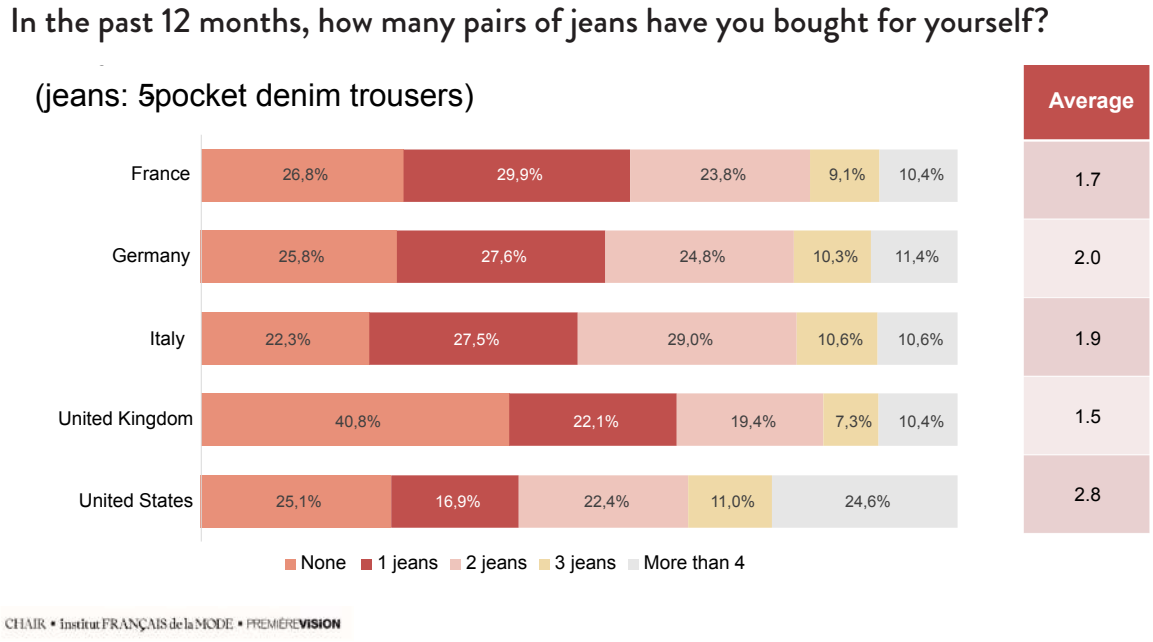
How many pairs of jeans do you own?

(jeans: 5pocket denim trousers)



CHAIR • Institut FRANÇAIS de la MODE • PREMIÈREVISION

Une pièce de mode que les personnes interrogées disent avoir renouvelé en moyenne 1 à 3 fois sur cette dernière année. En effet, si environ un quart des consommateurs déclarent n'avoir pas acheté de jean cette année (chiffre qui culmine à 40,8% chez les Britanniques), ils sont majoritaires à avoir acheté au moins une nouvelle paire (73,2% des Français, 74,2% des Allemands, 77,7% des Italiens, 59,2% des Britanniques et 74,9% des Américains), et ils sont entre 17,7% (Royaume-Uni) et 35,6% (USA) à en en avoir acquis plus de 3 cette année.



PRIX, QUALITÉ, CONFORT ET MATIÈRES AU CŒUR DES MOTIVATIONS D'ACHATS DENIM

Lorsqu'on demande au consommateur quels sont ses trois principaux critères d'achat d'un jean, le confort est cité en premier, quels que soient les pays (critère n°1 pour 62,4% des Français, 62,5% des Allemands, 63,5% des Italiens, 67,6% des Anglais et 68,2% des Américains).

Un critère de choix talonné de près par le critère-prix, renforcé dans le contexte économique actuel instable : le prix est le critère n°2 d'achat d'un jean pour 54,2% des consommateurs Allemands, 60,7% des Français, 55,3% des Italiens, 60,6% des Britanniques et 56,9% des Américains.

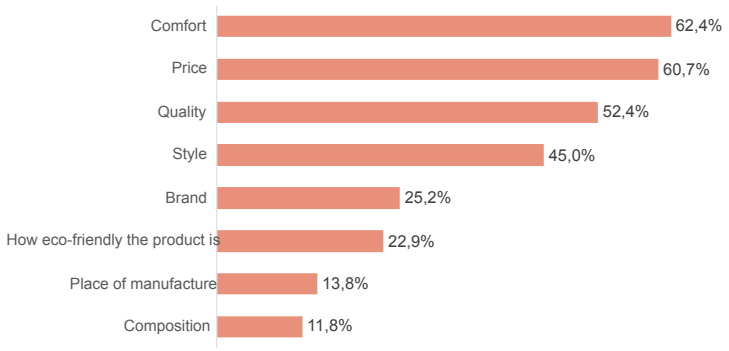
Les critères de qualité, de style et le nom de la marque arrivent ensuite, démontrant, dans un ordre qui diffère selon les pays, le caractère mode du produit jean : une pièce aujourd'hui attendue comme créative et 'tendance' pour une grande part des consommateurs.

Cependant, au-delà du confort, du prix, du style et de la qualité, les consommateurs attachent aussi une importance particulière aux critères d'écoresponsabilité et de transparence portés par le jean qu'ils achètent : la matière qui le compose, son lieu de fabrication et ses process de production plus respectueux.
Ici, on note aussi une disparité entre les pays : si pour la France (22,9%), le Royaume-Uni (22,9%) et les USA (24%), près d'un quart des consommateurs déclarent que l'un des critères déterminants pour choisir un jean est sa capacité à être écoresponsable, ils sont plus d'un tiers en Allemagne (33,1%) et en Italie (37%).

When you buy a pair of jeans, what are the main criteria that determine your choice?

(1 to 3 answers possible)

France:



Germany	Italy	United Kingdom	United States
62,5%	63,5%	67,6%	68,2%
54,2%	55,3%	60,6%	56,9%
58,5%	53,0%	53,8%	51,2%
37,3%	39,2%	51,3%	43,0%
22,3%	20,5%	21,2%	31,5%
33,1%	37,0%	22,9%	24,0%
11,4%	10,4%	9,0%	9,4%
16,7%	19,0%	10,4%	11,6%

CHAIR • Institut FRANÇAIS de la MODE • PREMIÈREVISION

LIEU DE PRODUCTION, MATIÈRES RECYCLÉES ET ÉTHIQUE SOCIALE : PRINCIPAUX DÉTERMINANTS D'UN JEAN ÉCORESPONSABLE

À la question de savoir quels sont les critères qui, selon les consommateurs, définissent un jean écoresponsable, les réponses sont différentes selon les pays, mais tous s'accordent à dire que l'élément le plus important et le plus déterminant est la matière, suivi de près en 2e ou 3e position, par le lieu de production et le respect des conditions sociales dans les usines de fabrication.

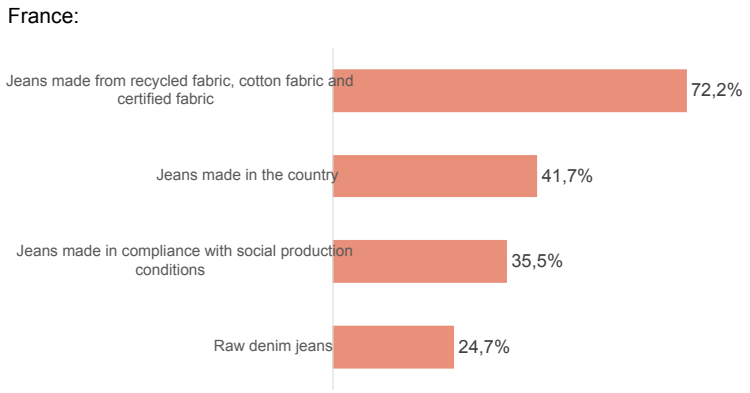
Ainsi, pour une majorité de consommateurs en France (72,2%), en Allemagne (75,4%), en Italie (83,6%) comme au Royaume-Uni (80,8%) et aux États-Unis (79,5%), la matière qui compose un jean, qu'elle soit réalisée à partir de tissus ou fibres recyclés, de coton organique ou de tissus certifiés biologiques, reste le critère numéro un qui permet de qualifier un jean d'écoresponsable.

Ensuite, les avis sont plus partagés. En France (41,7%) et aux États-Unis (44,9%), le critère d'écoresponsabilité le plus cité après celui de la matière est celui de son lieu de production. Pour ces pays qui communiquent et mettent en valeur depuis plusieurs années le 'made in' (France et USA), la fabrication locale d'un jean est devenue décisive aux yeux des consommateurs. C'est le cas aussi, dans une moindre mesure au Royaume-Uni, où 33,8% des consommateurs interrogés ont mis cette caractéristique en 2e position.

Enfin, les conditions sociales et éthiques de production d'un jean s'inscrivent en 3e position des critères cités en France (35,5%), aux États-Unis (28,4%) et au Royaume-Uni (30,1%). En Allemagne (34,1%) et en Italie (39,8%), elles sont même citées au 2e rang des composantes les plus importantes pour déterminer le caractère écoresponsable d'un jean.

In your opinion, eco-friendly jeans are, above all...

(1 to 3 answers possible)



Germany	Italy	United Kingdom	United States
75,4%	83,6%	80,8%	79,5%
30,7%	25,9%	33,8%	44,9%
34,1%	39,8%	30,1%	28,4%
26,6%	15,3%	14,9%	19,9%

CHAIR • Institut FRANÇAIS de la MODE • PREMIÈREVISION

CRÉATIVITÉ, PRIX ET ÉCORESPONSABILITÉ AU CŒUR DES CHOIX DES CONSOMMATEURS

L'étude nous montre ainsi que si le prix reste l'un des éléments le plus importants pour motiver ou non l'achat d'un produit denim, il est loin d'être l'unique critère de choix.

La qualité et le style sont également des points décisifs qui démontrent le caractère mode qu'a pris le denim ces dernières années, mais aussi l'importance pour les marques de travailler la créativité de leurs collections denim pour se différencier.

Enfin, l'écoresponsabilité, qui influence de plus en plus les consommateurs, prend une place croissante dans les processus d'achat des produits denim. Une écoresponsabilité qui se définit avant tout, pour le consommateur, par la matière qui compose un jean, son lieu de production et ses conditions éthiques et sociales de fabrication.

N'OUBLIEZ PAS DE VOUS ACCRÉDITER !

Afin d'assister au salon Denim Première Vision au Superstudio Più, à Milan, n'oubliez pas de vous enregistrer via le lien suivant :

DEMANDE DE BADGE

Une fois enregistré, et après validation de votre demande d'accréditation par nos équipes presse, vous recevrez votre pass journaliste par e-mail.

SAVE THE DATE

APRÈS MILAN,
DENIM PREMIÈRE VISION
REVIENT EN ALLEMAGNE

À L'ARENA BERLIN
LES 31 MAI & 1ER JUIN 2023

CONTACTS

PREMIÈRE VISION

Igor Robinet-Slansky
Responsable Presse
T. +33(0)1 70 38 70 30
M. +33(0)6 42 06 31 02
i.robinet@premierevision.com

Claudie Le Souder
Directrice Marketing & Communication
M. +33 (0)6 85 80 67 33
c.lesouder@premierevision.com

2e BUREAU
+33(0)1 42 33 93 18

Sylvie Grumbach
sylvie.grumbach@2e-bureau.com

Marie-Laure Girardon
+33(0)6 82 40 73 27
m.girardon@2e-bureau.com

MONET + ASSOCIÉS
+33(0)4 78 37 34 64

Véronique Bourgeois
+33 (0)6 64 22 55 56
vb@monet-rp.com

Justine Dupuis
+33 (0)6 98 98 95 80
jd@monet-rp.com

denim.premierevision.com