



© Laura Bonnelofus

DOSSIER DE PRESSE

21 mars 2022

29 & 30 MARS 2023
CARREAU DU TEMPLE, PARIS

PREMIÈREVISION
The art & heart of fashion



MADE IN FRANCE

MADE IN FRANCE PREMIÈRE VISION DÉVOILE SA 21^E ÉDITION : 120 EXPOSANTS, 2 NOUVEAUX SECTEURS RELOCALISATION ET UPCYCLING & RECYCLING, ET LES COLLABORATIONS DURABLES AU CŒUR DES CONFÉRENCES

Les 29 et 30 mars prochains, au Carreau du Temple à Paris, le salon Made in France Première Vision accueillera les acteurs de l'industrie française pour une 21^e édition dont l'urbanisation a été repensée pour mieux éclairer les spécificités du fabriqué en France et accompagner les évolutions du marché vers une mode relocalisée et plus éco-responsable.

Issue des territoires qui comptent dans la filière mode hexagonale, l'offre des 120 exposants, en hausse de +10% vs 2022 (ils étaient alors 108) et enrichie de 20 nouvelles entreprises, sera ainsi organisée autour de 9 pôles, selon un nouveau parcours de visite plus lisible qui suit le cycle de vie du produit et qui intègre deux nouveaux secteurs adaptés aux nouvelles attentes des marques de mode et d'accessoires :

l'Upcycling/Recycling et la Relocalisation :

AIDE À LA RELOCALISATION – NOUVEAU !

Services d'aide à la relocalisation de la production en France.

5 exposants :

- Les Ateliers du Slip
- Le CETI (Centre Européen des textiles Innovants)
- Façon de Faire
- La Racine / La Source Française
- UFIMH – Maison du Savoir-Faire et de la Création

Guillaume Gibault, Président des Ateliers du Slip :

«Si nous étions dans le passé quelques fragiles convaincus, aujourd'hui c'est le modèle que chacun cherche à s'approprier. À nous de faire de cette rencontre un levier de création de valeur économique, sociale et environnementale durable.»

Nos clients vont devoir faire des choix face à l'inflation, certaines enseignes historiques nous ont prouvé que la bataille des prix bas n'était pas la solution pour exister et ont disparu. C'est le moment de s'autoriser à mettre du Made In France dans les collections et montrer que c'est possible en travaillant autrement. Il faut tenir bon dans nos convictions : par l'innovation, l'usage, le bon sens, l'exigence et le travail, nous gagnons en performance et construisons pas à pas un modèle industriel pérenne.

2023, Made in France Première vision, en AVANT !”

UPCYCLING & RECYCLING – NOUVEAU !

Des solutions de recyclage pour la production de nouvelles fibres sans nouvel impact environnemental.

2 exposants :

- REFACT BY INDUO
- RENAISSANCE TEXTILE

MATIÈRES & COMPOSANTS (32 exposants)

Filateurs, tisseurs, tanneurs, ennoblisseurs et fabricants de passementerie, thermocollants, boutons, entoilages, rubans, écussons, étiquettes, emballages...

TRICOTEURS & CONFECTION (16 exposants)

Spécialistes de la maille coupée-cousue et circulaire.

CONFECTION (41 exposants)

Spécialistes du flou, de chaîne et trame et de cuir.

CONFECTION ACCESSOIRES (9 exposants)

Confection d'accessoires, chapeaux, accessoires de tête, bijoux, cravates, gants, bonnets, parapluies

SERVICES (4 exposants)

Bureau d'études, prototypage, contrôle qualité, modélisme, stylisme, équipement technique, transport, logistique, promotion commerciale...

ORGANISMES PROFESSIONNELS – LABELS – FORMATIONS (9 exposants)

Syndicats, fédérations, organismes de promotion, mise en relation réseau, écoles, organismes de formation professionnelle...

TECHNOLOGIES (3 exposants)

Secteur dédié aux start-ups ou petites structures proposant un concept innovant : un accessoire ou un composant high-tech, un textile intelligent, un produit connecté, un logiciel, une technique brevetée, impression 3D, 4D etc...

› [**RETROUVEZ ICI L'ENSEMBLE DES EXPOSANTS.**](#)

Un événement unique porté par :

- Une offre sélective et représentative de l'industrie de la mode hexagonale : 120 entreprises françaises (+10% vs 2022) dont 20 nouvelles réparties en 9 pôles de compétences.
- Les rencontres du made in France #07 en partenariat avec l'Institut Français de la Mode : une programmation d'échanges autour du thème de la *Collaboration Durable* avec les acteurs hexagonaux des secteurs du textile, du cuir et de la confection.
(Programme à retrouver ci-après)
- 5 conférences sur deux jours : 2 quotidiennes à 11h & 15h, et une en soirée à 18h le 1^{er} jour.

Rendez-vous moteur et rassembleur pour la filière mode française, Made in France Première Vision s'engage pour :

- Mettre en avant l'ensemble des territoires de l'industrie de la mode française et leurs savoir-faire ;
- Rassembler des entreprises exposantes aux compétences et expertises identifiées et validées grâce à un **Comité de Sélection** de professionnels ;
- Questionner les enjeux du made in France à travers **des événements et des rendez-vous in situ exclusifs** ;
- **Connecter des professionnels** à la recherche de compétences et d'expertises industrielles françaises : grands noms du luxe, jeunes créateurs, costumiers, maisons de couture, mais aussi marques de mode, d'accessoires, de lingerie, de sportswear, d'ameublement et de cosmétiques.

Retrouvez [les actualités du salon](#) sur le site de Première Vision.

LES RENCONTRES DU MADE IN FRANCE #7 AVEC L'INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE

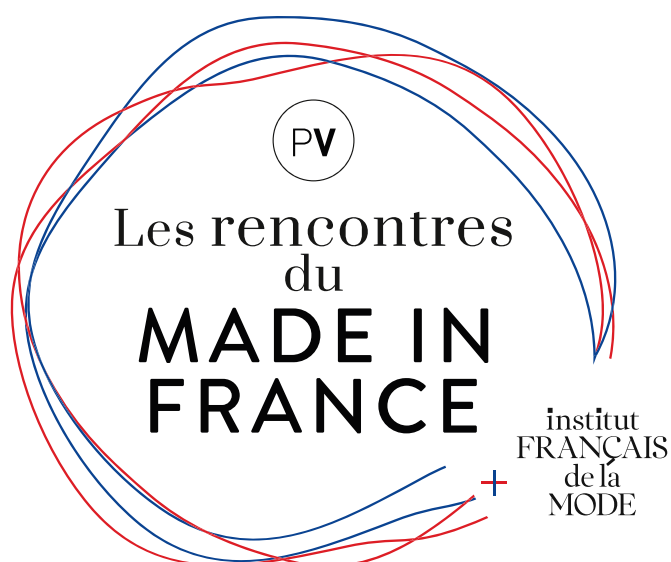
Depuis 20 ans le salon rassemble les acteurs d'un écosystème en perpétuelle révolution. Made in France Première Vision, en partenariat avec l'Institut Français de la Mode, se penche sur les collaborations durables et les liens qui se tissent entre fabricants, industriels et marques.

Aujourd'hui, l'élaboration de vêtements éco-responsables et fabriqués en France gagne en effet du terrain grâce aux collaborations, courantes dans le secteur de la mode. Les marques « made in France » multiplient les initiatives pour mutualiser leurs univers et travailler ensemble, jouant sur la complémentarité des savoir-faire et leur intérêt commun, soucieuses de dépasser les logiques de concurrence traditionnellement à l'œuvre.

Les distributeurs mettent en valeur les marques du « made in France » à l'aide d'opérations spéciales. Les marques se réunissent en associations et lancent des opérations communes avec des organisations reconnues d'intérêt général, des artistes ou des organisations sportives pour renforcer leur visibilité.

En amont des marques, une logique de filière est en train de se mettre en place grâce à des associations de compétences, de la production à la confection en passant par la filature, le tissage, l'ennoblissement ou la coupe.

La fabrication française et les marques sont en train d'apprendre à « chasser en meute » (Luc Lesénécal, PDG de Saint James et Président de l'Institut National des Métiers d'Art), comme savent le faire les Allemands et les Italiens, notamment à l'exportation.



LE PROGRAMME EN DÉTAIL

MERCREDI 29 MARS

11h-12h - Les territoires au cœur de l'action. Dynamiques locales et synergies territoriales

Pas de « made in France » sans mobilisation des territoires. L'objectif est de « créer de l'emploi durable sur les territoires... » mais aussi de « remettre de l'industrie dans les territoires » (extraits de la lettre de mission du Comité stratégique de filière du 8 juin 2020 pour le développement d'une filière textile durable, signée par les ministres de l'industrie et de l'environnement, et du contrat de filière mode/luxe, janvier 2019). Dans les efforts mis en œuvre pour valoriser et développer une filière mode/textile en France, l'accent doit donc naturellement être mis sur l'implication des acteurs publics et privés au plus près du terrain, avec plus de commandes publiques, plus de partage des informations, plus de mutualisation des efforts. Où en est-on sur ce plan ? Qui fait quoi et surtout, que reste-t-il à faire pour que les objectifs proclamés soient atteints ?

Animé par Lucas Delattre, professeur / Institut Français de la Mode.

Avec :

- **Sylvie Bénard** – Présidente, PARIS GOOD FASHION
- **Myriam Mentfakh** – Secrétaire Générale, FAÇON DE FAIRE et Fondatrice, LE LAB+
- **Lucas Thivolet Conde Salazar** – Pilote, PLATEAU FERTILE PARIS & Créateur, IFA, vêtements en chanvre
- **Luc Dognin** – Designer Maroquinier, Président de l'Association des Professionnels de la Mode et du Design de la Goutte d'Or
- **Eloïse Moigno** – Co-Fondatrice et Présidente de SLOWEARE

15h-16h : Ensemble vers l'industrie française 5.0 !

L'industrie française du textile et de l'habillement a besoin de se projeter et d'intégrer les stratégies et les pratiques 4.0, voire 5.0 si on y inclut les objectifs incontournables de développement durable.

Dans un environnement contraint, avec des moyens financiers et humains limités, les PME du textile et de l'habillement doivent trouver la parade pour maximiser l'effort. Ici et là, le besoin de « faire ensemble » s'exprime et la collaboration apparaît comme une méthode efficace pour innover et parvenir aux pratiques 5.0. Comment collaborer ? Entre entreprises, avec des fournisseurs, des clients ? Quelles passerelles avec monde de la formation et de la recherche ? Le R3iLab jette un regard sur des expériences collaboratives menées en France et en Europe, et plus particulièrement outre Rhin pour déceler et documenter les bonnes pratiques duplicables par les PME de la filière : l'Allemagne serait-elle le champion incontesté du 4.0/5.0 en Europe ?

Animée par Danièle Clutier, Institut Français de la Mode et Secrétaire Générale de .

Avec :

- **Pascal Denizart** – Directeur du CETI
- **Lutz Walter** – Textile Innovation Expert
- **Hervé François** – MITWILL TEXTILES EUROPE
- **Martin Breuvert** – Président de LEMAHIEU

18h-19h : Transmission, innovation, inclusion... Comment la collaboration devient-elle la clé de voûte d'une aventure (extraordinaire ?) à taille humaine en ouvrant la voie au textile circulaire et en favorisant les alliances territoriales ?

Qu'elles soient technologiques ou sociétales, les évolutions sont avant tout une aventure humaine. Transmission, savoir-faire, industrie 4.0, la filière de la mode et du textile française ouvre la voie à une transformation plus inclusive, plus durable et plus humaine face aux défis sociétaux et environnementaux.

Animée par Vincent Joly.

Avec :

- **Diego du Réau** – Dirigeant de FRANCE LUXURY SHIRT
- **Amédi Nacer** – Dirigeant des ateliers FONLUPT et THIERRY
- **Nicolas Nojac** – Directeur d'exploitation de RENAISSANCE TEXTILE
- **Jacques Martin Lalande** – Dirigeant du groupe FIM, Pilote du projet, INNOFABMOD
- **Sophie Pineau** – Présidente de MODE GRAND OUEST

JEUDI 30 MARS

11h-12h - « Faire mieux » à tous les niveaux de la chaîne de valeur

Dès lors qu'on parle de fabrication française, la compréhension des intérêts communs peut et doit amener fournisseurs, marques et distributeurs à échanger de manière plus harmonieuse.

Pour « faire mieux », deux enjeux s'imposent : celui de la fabrication et de l'amont de la chaîne de valeur d'un côté (qui n'a jamais été aussi essentiel), et celui de la distribution. Comment aider efficacement à la réindustrialisation du secteur textile/habillement ? Quelles sont les priorités à mettre en œuvre, comment accélérer les choses de manière aussi fluide et peu bureaucratique que possible ? Quel type de coopérations renforcées peut-il augmenter les volumes de production et de vente nécessaires à la consolidation du « made in France » ?

Animé par **Nathalie Ruelle**, professeure / Institut Français de la Mode.

Avec :

- **Camille Marion-Vigne** – Présidente et Co-Fondatrice, MAISON MA BILLE
- **Grégory Marchant** – Président de l'Union Textile de Tourcoing (UTT)
- **Karine Renouil-Tiberghien** – Co-Gérante, LES MANUFACTURES DE LAYETTE ET TRICOTS
- **Barbara Werschine** – Directrice générale / Bompard
- **Olivier Ducatillon** – Président Directeur Général, LEMAITRE DEMEESTERE et Président de l'Union des Industries Textiles (UIT)
- **Philippe Seille** – Value chain exploration leader, DECATHLON
- **Pierre-Aldéric Boëgler** – Head Of Sales, TEKYN

15h-16h : Quand les marques collaborent

Les collabs se répandent dans le domaine de la fabrication française. De plus en plus, les marques mutualisent leurs forces et développent des collections en partenariat, profitant de la complémentarité de leur savoir-faire, soucieuses de dépasser les logiques de concurrence traditionnellement à l'œuvre, mais surtout conscientes du fait que des campagnes de communication communes et réussies peuvent leur être très profitables. S'unir pour avancer mieux et plus vite permet de bénéficier de la notoriété de chacun pour renforcer sa visibilité.

Rencontre animée par **Nathalie Ruelle**, professeure / Institut Français de la Mode.

Avec :

- **Romain Trébuil** – Co-Founder & CEO, CIRCLE SPORTSWEAR
- **Luc Lesénécal** – Président, TRICOTS SAINT JAMES
- **Hervé Coulombel** – Président, ROYAL MER
- **Tiphaine Chouillet** – Fondatrice, STUDIO LA RACINE et la Co-Fondatrice, SOURCE FRANÇAISE.
- **Jean-Marc Guillemet** – Directeur des Opérations, PETIT BATEAU FABRICANT

SMART CREATION, LE PODCAST - ÉPISODE 53 :

PASCAL DAGRAS, CHEF DE PROJET AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL AU MINISTÈRE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET INTRAPRENEUR ECOBALYSE



Pour permettre aux consommateurs de connaître l'empreinte écologique d'un produit ou d'un service mode, et ainsi de réaliser leurs achats de vêtements, chaussures ou accessoires en toute conscience, le gouvernement français lance l'affichage environnemental. Étendu à l'industrie textile, il devient obligatoire en 2023, et constitue un enjeu de taille pour toute l'industrie de la mode, réputée pour être l'une des plus polluantes au monde.

Pour accompagner ce système d'affichage, **Ecobalyse est un outil d'évaluation environnemental** qui permet d'estimer rapidement les impacts environnementaux d'un produit à partir de quelques critères simples : poids, composition, lieu d'assemblage, etc.

Dans ce nouvel épisode, **Pascal Dagrás nous parle de son travail au sein du Ministère de la Transition Écologique, des enjeux de l'affichage environnemental et d'Ecobalyse, de leurs futurs impacts sur l'industrie textile et habillement, ou encore de la nécessité d'informer les consommateurs et de travailler main dans la main avec les marques.**

« La France est le premier pays en Europe, peut-être même dans le monde, où il est écrit noir sur blanc dans sa loi qu'un affichage des impacts environnementaux est rendu obligatoire. [...] Cet affichage vise à informer le consommateur : quand il achète un vêtement, il doit être informé de ses impacts et prendre conscience que son tee-shirt n'a pas poussé dans un magasin et qu'il y a derrière lui des usines, des champs de coton, de l'extraction de pétrole, etc. La priorité est d'interpeller le consommateur et de lui faire prendre conscience de l'impact environnemental de son achat. »

« Il y a un marché qui est en train de se structurer et qui sera un facteur clé pour permettre aux marques de se faire accompagner efficacement dans la maîtrise de leur produit. Je ne sais pas si tout le monde est prêt, mais en tout cas je vois une vraie énergie de mobilisation. [...] Je pense qu'il ne faut surtout pas voir l'impact environnemental d'un vêtement comme le seul critère d'achat : c'est un paramètre de plus qui doit éclairer le choix. »

Un podcast à retrouver [ici en ligne sur le site Internet du salon](#).

MADE IN FRANCE PREMIÈRE VISION PARTENAIRE DE LA CAMPAGNE 'SAVOIR POUR FAIRE'

À l'occasion de sa prochaine édition, le salon Made in France Première Vision marque son soutien aux initiatives de la campagne nationale *Savoir pour Faire** par des actions de communication, mais aussi in situ en mettant à disposition des exposants et visiteurs un mur d'emploi où seront affichées les offres autour des métiers techniques de la filière Mode & Luxe : des métiers essentiels pour renforcer et développer les industries de mode hexagonales.

Lancée le 15 octobre 2019 par le Comité Stratégique de Filière Mode & Luxe** afin de recruter 10 000 personnes par an dans ses métiers techniques, la campagne *Savoir pour Faire* a pour objectif de promouvoir des débouchés professionnels destinés aux jeunes en quête de métier, aux demandeurs d'emploi ou encore aux personnes à la recherche d'une réorientation professionnelle.



Cette campagne de recrutement nationale permet de faire découvrir les différents métiers techniques, d'informer sur l'importance de la transmission, de valoriser les savoir-faire présents et à venir, et de communiquer sur les formations existantes.

Rendez-vous sur le site www.savoirpourfaire.fr, un site dédié avec une plateforme d'emploi, des contenus rédactionnels, audiovisuels et interactifs afin de découvrir les formations existantes sur l'ensemble du territoire.

Ce site permet d'orienter celles et ceux qui ont choisi d'apprendre un métier technique de la Mode & du Luxe, ou ceux qui souhaitent s'y reconverter.

*Savoir pour Faire est une campagne de communication organisée par le Comité Stratégique de Filière Mode & Luxe et financée par Opco2i (Section paritaire professionnelle Industries Créatives et Techniques Mode et luxe est l'opérateur de compétences interindustriel).

**Le Comité stratégique de filière (CSF) des industries de la Mode et du Luxe rassemble les professionnels du secteur, les pouvoirs publics et les organisations syndicales représentant les personnels de la filière.

UNE TENUE HÔTESSES SIGNÉE LES ATELIERS DU SLIP

Pour cette nouvelle édition, **LES ATELIERS DU SLIP**, réalisent les tenues des hôtesse du salon.

Composée d'une marinière revisitée en forme ample, d'une veste et d'un pantalon à la coupe et aux finitions plus féminines, cette silhouette actuelle et intemporelle s'inspire des vêtements de travail et de pièces iconiques du patrimoine mode français.

Une tenue pensée pour durer, réalisée en France par l'**ATELIER DES MOUETTES**, et conçu avec des matières et composants 100% made in France, dont une partie issue des stocks dormants des fournisseurs :

- Le tissu de la marinière provient du **tricoteur HENITEX**, situé à Riorges dans la Loire.
www.henitex.fr
- Les matières utilisées pour la veste et le pantalon ont été sourcées chez le **tisseur vosgien TELATEX**
www.telatex.com



Guillaume Gibault, Président des Ateliers du Slip :

*« Ceci n'est pas un uniforme !
2023 est l'année de tous les défis pour la relocalisation
qui n'a jamais fait autant parler. »*

*Cette tenue est tissée, teinte, découpée,
assemblée en France, elle est l'incarnation sur
nos épaules que résolument TOUT EST POSSIBLE et ça
fait 20 ans que ce salon le défend. »*

DEMANDE DE BADGE

Afin d'assister au salon Made in France Première Vision, n'oubliez pas de vous enregistrer via le lien suivant :

[DEMANDE DE BADGE](#)

LES PROCHAINS RENDEZ-VOUS DE PREMIÈRE VISION

Première Vision Shenzhen

26, 27 & 28 avril 2023

World Exhibition & Convention Center, Shenzhen, Chine

Denim Première Vision

31 mai & 1^{er} juin 2023

Arena Berlin, Allemagne

Première Vision Paris

4, 5 & 6 juillet 2023 - Parc des Expositions de Paris Nord Villepinte

Fashion Rendez-Vous Première Vision

13 & 14 septembre 2023

Grand Palais Éphémère, Paris

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

2^e 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

@wearepremierevision

#madeinfrancepremierevision

#premierevision

#mytailorisfrench

#choosefrance

#madeinfrance

PREMIÈREVISION
The art & heart of fashion

