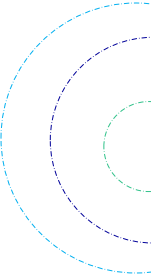




# FASHION TECHDAYS

29 et 30 octobre à IMMD Roubaix



## FASHIONTECHDAYS 2018

Innovation, Mode et Nouvelles Technologies.

### Retour sur la 4<sup>ème</sup> édition

Les 29 & 30 Octobre derniers se sont tenus les FashionTechDays, événement B to B Mode et Tech, à l'Institut du Marketing et du Management (IMMD) de Roubaix. Plus de 50 startups s'étaient données rendez-vous pour mettre en lumière leurs innovations mode et textile, en donnant la part belle aux solutions éthiques de demain. Organisés par l'association NordCréa, les FashionTechDays ont regroupé décideurs, entrepreneurs, influenceurs, designers, médias, blogueurs et étudiants autour d'une réflexion commune « Micro Fashion VS. Macro Fashion ».

### Les FashionTechDays 2018 en chiffres

- 70 startups participantes
- 95 speakers
- 43 conférences et tables rondes
- 500 chefs d'entreprise et managers innovateurs présents
- 100 étudiants au concours **Hackamode**

Devenu un véritable rendez-vous business, les FashionTechDays poursuivent leur développement avec cette année une audience toujours plus importante.

### Les Hauts-de-France : une région fertile en innovation.

Pour cette 4<sup>ème</sup> édition, les FashionTechDays ont à nouveau permis aux acteurs du monde de la mode et du textile d'échanger autour des enjeux et opportunités de la mode de demain : **digitale, novatrice et morale.**

Textiles connectés, initiatives durables, développement de l'IA et de l'internet des objets : la ville de Roubaix, n'a pas été choisie au hasard. Les Hauts-de-France sont une terre fertile et riche de projets et d'innovations. C'est pourquoi l'association NordCréa a choisi, cette année, l'Institut du Marketing et Management de la Distribution pour organiser ces rencontres et développer de nouvelles opportunités.

« Tout est né de cette volonté de faire le lien entre tous ces acteurs qui ont l'esprit d'innovation responsable dans la mode. En effet, beaucoup de personnes opposent les deux mondes : soit on serait innovateur soit on serait responsable, mais non, nous pouvons être les deux et justement l'innovation permet de trouver des solutions plus responsables notamment dans la fabrication, les teintures, les matériaux... »

Annick Jehanne,  
Présidente de l'association NordCréa  
Fondatrice des FashionTechDays



## Une filière mobilisée pour faire face aux nouveaux enjeux

### 2 Jours axés Business Dating

Les experts du secteur Mode et Textile présents ont pu rencontrer des startups à la pointe de l'innovation telles que **Change Of Paradigm** (applications de commerce numérique interactives et immersives pour la mode de luxe), ou encore **Tekyn** (première usine en ligne de confection de vêtements à la demande pour les marques), **au cœur de la création technologique et des nouveaux business models.**

Des solutions et des initiatives qui permettent aux professionnels de l'habillement de s'adapter et de ne pas disparaître. « *Disparaître le mot n'est pas trop fort, parce que dans le domaine de la mode, on vit un big-bang* » déclare Annick Jehanne.



Frédérique Thureau,  
Table Ronde « Europe: new leader  
on Fashiontech ? »

## Personnalisation et IA : des outils pour révolutionner la chaîne de valeur.

Les visiteurs ont pu expérimenter des innovations technologiques et textiles grâce à des démonstrations, notamment installées par le partenaire **Frezal Numérique**, spécialisé dans la personnalisation. Les startups présentes telles que **Cleed** (assistant shopping personnalisé), ou encore **Euveka** (l'expert français en création de mannequins robots évolutifs et connectés) démontrent que le nouveau tournant Fashion est à la personnalisation pour les boutiques et enseignes de Mode.



Change Of Paradigm ©

L'intelligence artificielle apparaît dès lors comme un tournant évolutif pour l'industrie de la Mode. Réalité augmentée, réalité virtuelle, et même shopping virtuel s'inscrivent désormais à part entière dans les stratégies des grands groupes comme des plus petites structures. Sur place, plusieurs startups innovantes ont pu débattre de leurs innovations dans le domaine, comme **Gustave** par exemple, partenaire shopping qui permet d'essayer les vêtements chez soi et sans obligation d'achat.

## Chercheurs, porteurs de projets et experts réunis autour de 43 tables rondes et conférences.

Les témoignages de plus de 43 intervenants se sont succédés à l'occasion de tables rondes réunissant notamment des responsables de Camaïeu, Alibaba, Loom, Carlin, R3ilab, Beaumanoir, Sweetfit, Le Slip Français, sans oublier Clarisse Reille (Defi) et Pascal Morand (Fédération de la Haute Couture et de la Mode).



### Le futur de la mode est-il en Chine ?

Concepts retail, nouvelles marques, rapport à la technologie, innovations produits, réinterprétations du savoir-faire...autant de questions abordées et disséquées lors du deuxième jour des FashionTechDays. Un après-midi consacré au marché chinois avec des intervenants aguerris tels que

Alain Bogé (Ecrivain et maître de conférences), Jean-Joseph Boillot (Economiste Spécialiste des grandes économies émergentes), Juliette Dureau (The Chinese Pulse), Ying-Yan He (Luxurysight) et Marie Dupin (Nelly Rodi) qui ont débattu autour de thématiques spécifiques : Stratégie Chinoise, Économie et Innovation dans la Chine d'aujourd'hui, Les Millenials Chinois, Business en Chine, etc.

## Micro VS Macro par Faber Novel

Faber Novel était également présente par le biais de Medhi Dziri qui a présenté, lors du salon, une analyse rationnelle et sensible des tendances MACRO et MICRO en évoquant une démarche de UX Analytics.

Lorsque l'on analyse le modèle d'Amazon, il est primordial d'appréhender la proposition de valeur de ce géant. Son modèle est basé sur le volume accompagné par des marges faibles. A la question bien légitime des acteurs français de la mode sur la façon de contrer l'envahisseur, Medhi Dziri répond en invitant à explorer les autres terrains d'expérience laissés vierges par Amazon. Qui sont, entres autres : **l'écoute client**, qui va jusqu'à la co-crédation, **la résolution des problématiques de fitting**, jusqu'au sur-mesure « tech », **les valeurs** de marque, l'idée du **service avant le produit** et le principe de **marque « avec qui on vit bien »**, ou plutôt de marque qui se vit, dans une démarche de storyliving.



Il s'agit d'entreprendre une analyse des performances basée sur l'expérience et non plus le CA, avec des KPI tels que le fun procuré, la réassurance, l'émancipation ou encore la pertinence. **Inspirant, non ?**

### Croissance rapide : la recette

Comment les nouveaux acteurs du marché de la mode, souvent caractérisés comme des disrupteurs, ont-ils réussi à engendrer une croissance rapide?

Fabrice Jonas, fondateur de Modelab, nous a proposé, lors des Fashion Tech Days 2018, les témoignages de trois entreprises à succès : **Daco**, une solution de benchmarking intelligent basé sur un algorithme puissant (et qui vient d'être racheté par Vente privée), **Le Slip Français** qui révolutionne le marché de l'underwear initialement masculin avec une promesse basée sur le Made In France et la bonne humeur, et enfin celui du concept store masculin **La Garçonnière**. Paul Daco a ainsi expliqué comment son équipe et lui ont attaqué le marché du B2B avec des leitmotifs, des promesses, qui ne les ont jamais quittés : **avoir un produit**, pour un marché réel et un public précis, avoir pour objectif immédiat d'**être profitable**, **garder la maîtrise** de son projet et ne pas lever de fond, **la débrouillardise** et la persévérance plutôt que les gros moyens, développer une **excellence opérationnelle** faite d'efficacité et de frugalité, **construire un écosystème de partenaires et organismes**.

### Présentation du rapport « Académie des technologies »

Pascal Morand, Président Exécutif de la Fédération de la Haute Couture et de la Mode, était lui-aussi présent sur l'événement FashionTechDays afin de parler du rapport sur la Fashion Tech qu'il a codirigé et intitulé « **Technologie et Soft Power : Le cas de l'industrie de la Mode et du Luxe** ».

Les nouvelles fonctionnalités apparues avec la révolution numérique se croisent et interagissent avec les technologies traditionnelles. « *Le caractère multiple de cette mutation a conduit à concentrer l'analyse sur le vêtement et sa chaîne de valeur, centre de gravité du système de la mode. Sans pour autant s'y limiter, la démarche étant quoi qu'il en soit applicable à l'ensemble des produits mode et luxe.* » a-t-il déclaré lors de la table ronde.





# Prix FashionTechDays

## Pitch Innovation et Hackamode 2018

Chaque année, les FashionTechDays récompensent le meilleur pitch, autour du « Pitch Innovation ». Cette année c'est la plateforme numérique pour une mode respectueuse de l'Homme et de l'Environnement, **Clothpacency**, qui a remporté le prix grâce au pitch de Marguerite Dorangeon (co-fondatrice de la startup).

Bravo également aux étudiants du Lycée Sévigné, CESACOM, l'EDHEC Business School et à l'Université des femmes de Séoul lauréats du **Hackamode**. Ils ont remporté un chèque de 1 000€ pour le projet **REDIVIVUS**, « Réconcilier marques et seconde main ». Ce concours interuniversitaire national permet aux étudiants de réfléchir aux innovations et problématiques mode de demain.



## PARTENAIRES



## ACCÈS AUX VIDEOS

SITE WEB :

<https://fashiontechdays.fr>

BILLETTERIE POST-EVENEMENT\*

<https://fashiontechdays.fr/membership-join/>

95 SPEAKERS

#FASHIONTECH

→ FUTURE

@ROUBAIX

29/10 FASHIONTECHDAYS 2018

\*Les billets post-événement ou e-billets vous donneront accès à l'ensemble des 45 keynotes et table-rondes pour revivre le salon si jamais vous l'avez manqué !

## CONTACT PRESSE



Agence Oxygen  
Salomé CHATTEL  
[salome@oxygen-rp.com](mailto:salome@oxygen-rp.com)  
03 74 02 02 57

## NORDCRÉA

Nordcréa rassemble 110 entreprises qui co-construisent pour rendre la Mode plus innovante et plus durable.

Nordcréa organise Fashiontechdays, Fashiongreendays et vient d'ouvrir le Tiers Lieu Mode et Design PLATEAU FERTILE à Roubaix.

<http://www.nordcrea.fr/>