



© Tis Sirete

DOSSIER DE PRESSE

9 mars 2022

30 & 31 MARS 2022
CARREAU DU TEMPLE, PARIS

PREMIÈREVISION
The art & heart of fashion

MADE IN
FRANCE**MADE IN FRANCE PREMIÈRE VISION :
UNE ÉDITION TOURNÉE VERS LE FUTUR DU FABRIQUÉ EN FRANCE,
CRITÈRE D'ACHAT #1 DES PRODUITS MODE POUR 58% DES FRANÇAIS***

Après deux sessions organisées en septembre 2020 et 2021 en raison des contraintes liées à la crise sanitaire, **Made in France Première Vision reprend son agenda habituel avec un rendez-vous printanier au Carreau du Temple, à Paris, les 30 & 31 mars prochains.**

Une édition particulière puisqu'elle marquera les 20 ans du salon : 20 printemps de création mode ; 20 années d'engagement pour défendre et promouvoir les savoir-faire et innovations des fabricants français ; 20 ans dédiés à encourager les industriels français à maintenir, investir et développer leurs activités en France.

Cette nouvelle édition de Made in France Première Vision promouvra ainsi la mode française et ses territoires à travers une sélection de 110 exposants, dont 16 nouvelles entreprises. Solutions textiles et matières, techniques de fabrication et de confection, services de production... une offre destinée aux marques et créateurs de mode en quête d'exclusivité et de différenciation, de compétences industrielles spécialisées, ou encore de savoir-faire traditionnels et innovants... mais aussi de solutions responsables et plus locales.

En effet, alors que pour 58% des consommateurs français*, le fabriqué en France représente un critère prioritaire de leurs actes d'achats de produits mode, et à l'heure où les transformations de la filière vers une mode créative relocalisée et plus éco-conçue s'accélèrent, le made in France s'impose comme l'une des réponses aux enjeux de souveraineté en termes d'approvisionnement, de production écoresponsable, transparente et éthique, tout comme de préservation de l'emploi. Une ambition de consommation locale et de relocalisation industrielle qui s'est renforcée avec la crise sanitaire et économique mondiale.

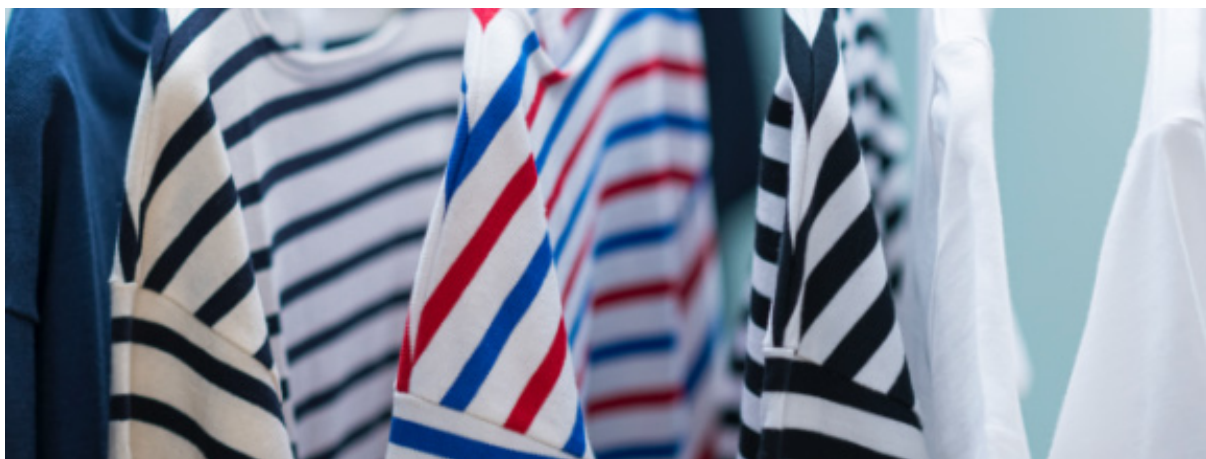
* Sondage OpinionWay pour Première Vision réalisé en février 2022
Échantillon de 1016 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et +.

Un événement unique porté par :

- **Une offre sélective et représentative de l'industrie de la mode hexagonale : 110 entreprises françaises dont 16 nouvelles** réparties en **8 pôles de compétences** :
Façon et tricotage (52), Fabrication d'accessoires (10), Composants (7), Ennoblement (7), Matières premières - tissus, cuirs (17), Technologies créatives (2), Organismes professionnels et de formation ou de labellisation (8), et Services (7).
- **Les rencontres du made in France #06 en partenariat avec l'Institut Français de la Mode : une programmation d'échanges engagée pour penser et accompagner la mode made in France du futur :** nouveaux enjeux, nouvelles perspectives, nouveaux modèles... (Programme à retrouver ci-après)
 - **Quels sont les secrets de l'éternelle jeunesse du Made in France ?** Ces dernières décennies, et malgré un très fort courant de délocalisation depuis les années 1990, la fabrication française n'a de cesse de se réinventer. Quel sera le Made in France de demain et comment anticiper ses évolutions futures ? (Programme complet ci-après)
 - **5 conférences sur deux jours :** 2 quotidiennes à 11h & 15h, et une en soirée à 18h le 1er jour.
 - **Des prises de paroles engagées à retrouver ensuite en podcast** sur le site du salon.

A l'aune de ses 20 ans, Made in France Première Vision s'affirme plus que jamais comme le rendez-vous moteur et rassembleur pour la filière mode française, jouant pleinement son rôle de plateforme de rencontres, d'échanges et de réflexion pour impulser les transformations du secteur.

Retrouvez l'ensemble des exposants et les actualités du salon
sur le site Internet www.premierevision.com



PROTOCOLE SANITAIRE

Suite aux récentes annonces du gouvernement français, le **pass vaccinal** ne sera désormais plus exigé à l'entrée du salon.
Le port du masque n'est plus obligatoire mais il reste **recommandé**.

SMART CREATION, LE PODCAST - ÉPISODE 42 :

SYLVIE CHAILLOUX, PRÉSIDENTE DE L'UNION FRANÇAISE DES INDUSTRIES MODE & HABILLEMENT – UFIMH



Pour les 20 ans du salon Made in France de Première Vision, Smart Creation s'intéresse aux enjeux économiques pour une mode durable et désirable avec **Sylvie Chailloux**, dirigeante de *Textile du Maine* et présidente de l'*Union Française des Industries de la Mode et de l'Habillement*.

L'UFIMH est une organisation professionnelle nationale représentant les métiers de l'habillement. Sylvie Chailloux souhaite engager à travers son rôle de présidente un réel changement des mentalités au sein du secteur textile. Car pour elle, **tous les acteurs ont un pouvoir d'action sur la mode responsable** : designers, acheteurs, fabricants, marques et consommateurs, cet épisode vous concerne !

La réindustrialisation est le point majeur ayant un impact sur le marché du travail et la consommation puisqu'aujourd'hui, la fabrication française représente 450 entreprises et 11 000 emplois en France. Convaincue que le Made in France ne coûte pas plus cher, il serait en plus un moyen de redonner du sens à l'achat et de la valeur au produit. **Réindustrialiser, investir et innover en s'accompagnant des avancées technologiques, voilà ce qui valorisera de nouveau la filière textile en France.**

*« Si chaque français consommait
80g de textile français,
soit l'équivalent d'une paire de chaussettes,
cela générerait 4 000 emplois. »*

Dans cet épisode, Sylvie nous partage ses convictions sur la relocalisation, les chiffres clés du Made in France et des exemples de systèmes de production alternatifs basés sur les données.

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

PREMIÈRE VISION DÉCRYPTÉ :

LES FRANÇAIS SONT AUJOURD'HUI CONSCIENTS DES ATOUTS ET DES ENJEUX DE LA MODE MADE IN FRANCE

À l'heure où 71% des Français sont conscients que des axes d'amélioration sont encore nécessaires pour garantir une fabrication 100% française, Première Vision tire les grands constats des évolutions d'une tendance de fond qui s'impose désormais comme un driver majeur du marché de l'industrie textile en France.

À l'occasion des 20 ans du salon, Première Vision s'est intéressé à la perception des consommateurs français concernant la mode Made in France. Les grands enseignements de l'étude, réalisée en exclusivité par OpinionWay* pour Première Vision, révèle un véritable attrait des consommateurs français pour la mode fabriquée en France et pour les enjeux qu'elle soulève, ainsi que l'importance du Made in France qui devient un véritable accélérateur de l'activité économique et de la filière textile industrielle sur le territoire.

Pour en savoir plus, retrouvez tous les détails et les résultats du sondage dans le document dédié disponible dans [l'espace presse du site web du salon](#).

** Sondage OpinionWay pour Première Vision réalisé en février 2022*

Échantillon de 1016 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et +.



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.

Visionnez ici le film de campagne et 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 reconvertir

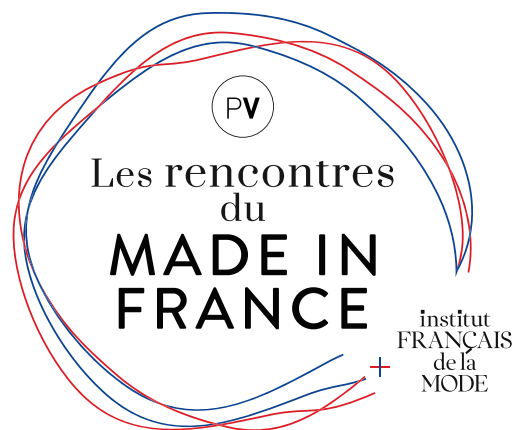


*Savoir pour Faire est une campagne de communication organisée par le Comité Stratégique de Filière Mode & Luxe et financée par Opco2i (Section paritaire professionnelle Industries Créatives et Techniques Mode et luxe est l'opérateur de compétences interindustriel).

**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.

LES RENCONTRES DU MADE IN FRANCE #6 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 nouveaux modèles de production et de distribution, sur les leviers de créativité et d'innovation, mis en place par les acteurs hexagonaux des secteurs du textile, du cuir et de la confection.



MERCREDI 30 MARS

11h-12h30 - Les fondements du Made in France de demain

Quels sont les jalons sur lesquels s'est construit le Made in France d'aujourd'hui ? Comment évolue et se réinvente la fabrication française ? Quels défis devront être relevés lors des prochaines décennies par les acteurs du fabriqué en France ? Cette table-ronde offre une vision prospective du futur de la mode française.

Animé par **Nathalie Ruelle**, Institut Français de la Mode, et avec :

- **Guillaume Gibault**, Président et fondateur, Le Slip Français
- **Karine Leclercq Margraff**, Responsable business et expertises, Institut national des métiers d'art (INMA)
- **Gilles Attaf**, Président, Origine France Garantie
- **Aurélia Vigouroux**, Responsable RSE, Chargeurs PCC

15h-16h30 : Les marques de fabricants : authenticité et transparence

Comment favoriser la proximité entre fabricants et consommateurs, et quels sont les leviers de réduction des marges ? La vente en circuit court est-elle le seul moyen de contribuer à démocratiser la fabrication française ? Garantie de l'origine du produit, authenticité des savoir-faire, transparence des pratiques sont au cœur de nouveaux formats de distribution et font le grand retour de la marque de fabrique.

Animé par **Pascal Gautrand**, Expert filières et textile, Made in Town, et avec :

- **Alexandre Clary**, Président, C2S et Directeur général, Kidur
- **Michel Pescio**, fondateur, Les Ateliers Réunis
- **Jean-Luc Hyver**, dirigeant, Tricoterie du Val de Saire
- **Benoit Seguin**, PDG chez Tismail-LCF La Chaussette de France
- **Sébastien Tortu**, Consultant en stratégie de marque

18h-19h : Les ateliers engagés : un label ouvert sur la RSE

Confrontés à la demande des donneurs d'ordre, à l'évolution législative et réglementaire croissante, aux attentes des consommateurs et aux désirs des talents dont ils ont besoin, les façonniers français ont structuré leur démarche RSE autour d'un label : « Les Ateliers Engagés ». Ce label est issu d'un travail collaboratif, entamé il y a désormais 2 ans, ancré dans la norme ISO 26000 internationalement reconnue. En ligne de mire : diagnostic initial, sensibilisation des chefs d'entreprises, plans d'actions RH et environnementaux, proposition d'un référentiel auditable par un tiers indépendant...

«Taillé sur mesure» pour le secteur de la confection et adapté aux PME françaises, ce label est fondé sur :

- le dialogue avec les parties prenantes,
- 20 exigences couvrant les questions environnementales, sociales et de gouvernance.

Plusieurs entreprises sont déjà engagées dans cette démarche, accessible à tous les ateliers, qui stimule la coopération entre les acteurs de la filière et permet de reconnaître les meilleures pratiques des uns et des autres. Une démarche qui démode la logique d'inspection, dont les limites sont connues, en faveur d'une logique d'accompagnement.

Animée par **Michèle Bernard-Royer**, avec :

- **Philippe Schiesser**, Fondateur & Directeur ECOEFF LAB
- **Bénédicte Pasquette**, Chef de projets, Bureau Véritas
- **Sophie Pineau**, Présidente, GETEX
- **Sylvie Chailloux**, Présidente, GFF (Groupement de la Fabrication Française)

JEUDI 31 MARS

11h-12h30 - Meet-Up R3iLab : Et si l'Intelligence artificielle changeait la donne

Le programme TEXiA, piloté par le R3iLab et Cap Digital, a permis à 5 entreprises de l'univers du textile et de l'habillement d'intégrer des technologies d'intelligence artificielle à différents stades de leurs processus de production. En collaborant avec des experts de l'IA, elles ont pu amorcer le développement d'applications concrètes et mettre au point des démonstrateurs. Une expérience qu'elles évoqueront lors de cette conférence.

Animé par **Stanislas Vandier**, TEXiA-R3iLab / WB Technologies, et avec :

- **Christine Balagué**, Professeur, Institut Mines-Télécom, Titulaire de la Chaire Good In Tech
- **Paul de Montclos**, PDG, Garnier-Thiebaut
- **Antoine Allard**, Directeur de la Communication, Cap

15h-16h30 - Le Made in France, quelle stratégie pour les nouvelles marques de création française ?

Boris Provost, CEO de TRANOÏ, salon partenaire de la Paris Fashion Week®, invite 3 designers exposants pour échanger autour des enjeux et des opportunités du «fabriqué français».

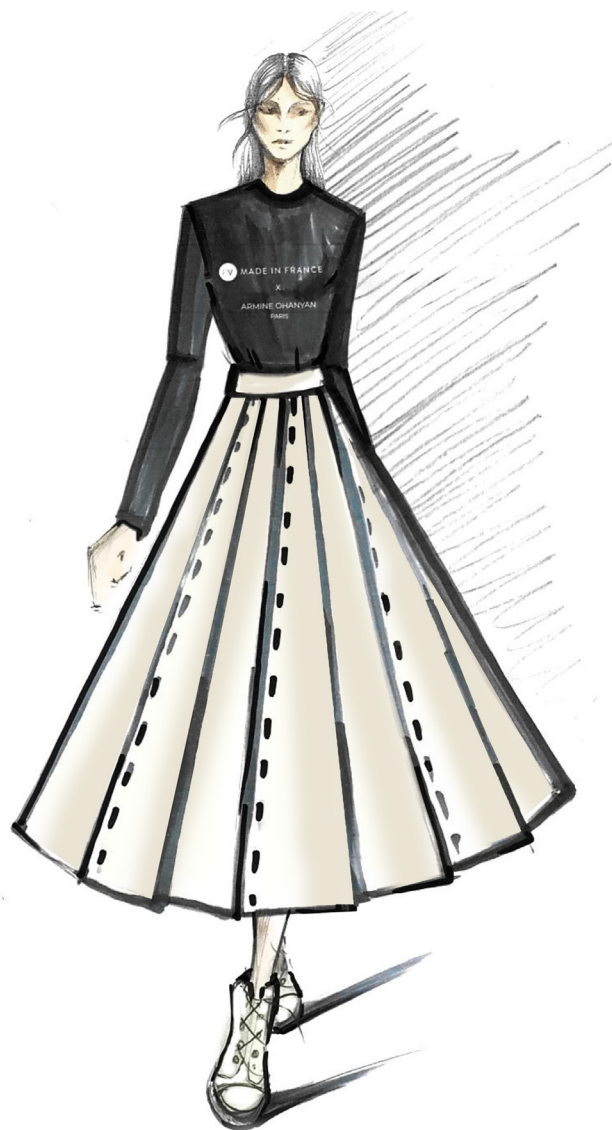
Animé par **Boris Provost**, CEO de Tranoï, et avec :

- **Naomie Gunther**, Directrice créative et fondatrice, Gunther
- **Guillaume Hiriart Carriat**, Fondateur et directeur artistique, ATXI
- **Steven Passaro**, Directeur créatif, Steven Passaro

TECHNO-COUTURE ET NO SEASON :

ARMINE OHANYAN HABILLE DE MADE IN FRANCE LES HÔTESSES DU SALON

Pour ses 20 ans, Made in France Première Vision s'associe avec la jeune créatrice Armine Ohanyan pour créer les nouvelles silhouettes qui habilleront les équipes d'accueil pendant toute la durée du salon. Nous l'avons rencontrée pour qu'elle nous raconte son processus de création, les valeurs de sa maison qu'elle qualifie de « Techno-Couture », et les inspirations de ses collections « No Season ».



Qu'est-ce qu'une maison de Techno-Couture ?

Armine Ohanyan : « C'est un prêt-à-porter couture contemporain qui fusionne les nouvelles technologies et l'artisanat. Mon but premier est de préserver l'artisanat et le savoir-faire français et parisien tout en le modernisant. Nous travaillons avec différents artisans comme un maître plisseur, des brodeurs, des plumassiers ou encore un bottier. En parallèle nous développons nos pièces en utilisant les nouvelles technologies comme la découpe laser, l'impression 3D, la digitalisation ou encore le thermoformage. Je suis convaincue que le 21ème siècle est un siècle de changement en profondeur qui annonce une nouvelle façon de créer mais aussi d'expérimenter pour aller vers une offre qui mixe le passé avec le futur. C'est pour cette raison que chaque jour, je me remets en question et j'essaie de me réinventer en captant le flux de ces nouvelles techniques. »

Pourquoi avoir choisi de présenter vos collections en No Season ?

Armine Ohanyan : « Ce sont mes expérimentations autour de l'artisanat et des nouvelles technologies qui ont influencé ce choix. Je crée des éditions limitées selon mes inspirations et les « matières ou techniques » que je choisis, et non en fonction des saisons. Le No Season s'est donc imposé à moi.

J'avais également décidé d'«upcycler» ma couture pendant la pandémie et j'ai gardé cette démarche qui permet de moins gaspiller. Nous devons vivre avec ces changements de consommation, les premiers concernés sont les créateurs car c'est eux qui doivent réveiller les consciences à travers leurs créations.

Je ne crois plus aux collections dites « fleuves » mais bien à une démarche artistique plus appuyée qui singularise mon travail. »



Pourquoi est-ce important pour vous de mettre en avant l'artisanat et le savoir-faire français ?

Armine Ohanyan : « En tant qu'arménienne qui s'est installée à Paris, il y a seulement 8 ans, je suis convaincue qu'il est important pour s'intégrer dans un pays d'une telle richesse, d'utiliser ces mêmes richesses. A travers mes recherches, j'ai fait la connaissance de merveilleux artisans et artistes qui ont aussi été une source d'inspirations pour moi. Il était donc logique de travailler avec ce capital français et parisien.

Je pense que ma Techno-Couture est un très bon support de communication pour faire passer un message sur la qualité de la création française. Le secteur de la mode est le meilleur support de communication d'un pays. »

Comment s'est déroulé le processus de création pour les nouvelles tenues du salon Made In France ?

Armine Ohanyan : « Nous avons co-créé il y a un an la « jupe Sophie » avec Sophie Fontanel et j'ai décidé de présenter cette pièce pour le salon Made in France. C'est devenu une pièce iconique de ma collection ; une jupe plissée en toile à patron à plis plat avec un bâti à la main.

Je trouve qu'elle représente bien la mode à la française et c'est devenu un intemporel du marché.

La silhouette que j'ai choisi est facile mais très couture par son travail fait à la main. »

À PROPOS D'ARMINE OHANYAN

Armine Ohanyan est née en Arménie, où elle étudie à l'École des Beaux-Arts d'Erevan, avant de prendre la direction de la France pour terminer son cursus. Aux Beaux-Arts de Lyon d'abord, pour apprendre le design textile, puis dans une école de mode à Paris. Après avoir été récompensée par 2 concours de mode liés aux nouvelles technologies, elle décide en 2017 de lancer sa marque Techno-Couture, Armine Ohanyan.

Armine fait partie d'une génération de jeunes créateurs et créatrices attachés à l'artisanat et aux savoir-faire de proximité. Engagée pour une mode éthique et durable, cette nouvelle garde de la mode intègre les préoccupations écologiques et sociétales au cœur de leur vision créative du vêtement de demain.

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