

## PROGRAMME DE LA JOURNEE

*Accueil à partir de 9h*

### **#1 Le temps de la création**

Comment préserver la création dans un contexte bouleversé tant par les problématiques de développement durable et par la fragmentation du marché que par les innovations technologiques ? Comment l'image d'une marque peut-elle bénéficier de tous ces nouveaux critères ?

### **#2 Le temps d'une conception raisonnée**

L'accélération des temps de la mode et du renouvellement des collections, engagée par les acteurs de la *fast fashion*, touche désormais toutes les entreprises du secteur concernées par les problématiques environnementales. Elle réinterroge la chaîne mondiale complexe des acteurs et des sous-traitants, de la matière première à la confection en passant par la distribution.

Si la question de la responsabilité environnementale est déjà bien traitée par nombre d'acteurs de la filière de la production à la distribution, un renforcement de la prise en compte des facteurs écologiques, éthiques et durables constitue une opportunité nouvelle sur laquelle capitaliser.

### **#3 Le temps d'une production responsable**

Aujourd'hui, le consommateur accorde plus d'importance à la nature de la production, dont la qualité est souvent associée à un temps de fabrication artisanale et locale. Pour autant, en offrant une meilleure optimisation du temps et des quantités, les nouvelles technologies qui accompagnent les processus de production deviennent un facteur de qualité et permettent de gagner un fonctionnement plus respectueux de l'environnement.

### **#4 Le temps d'une distribution réinventée**

Multiplication des rythmes des collections, multiplicité des canaux de distribution, variété des modèles économiques... la distribution de mode, qui propose toujours plus de solutions et de services et bénéficie d'innovations technologiques permanentes, fait face à des enjeux sociaux et environnementaux essentiels. L'objectif est aujourd'hui de contribuer, ensemble, à imaginer une distribution de mode plus vertueuse.

### **#5 Le temps d'une communication engagée**

Transparence et sincérité sont désormais les maîtres mots d'une communication engagée pour satisfaire un consommateur exigeant et instruit. Face aux nouvelles technologies et à l'accélération des rythmes de la communication, l'enjeu n'est-il pas de concilier désirabilité et durabilité ? Comment faire en sorte de transformer cette exigence en opportunité ?

### **#6 Le temps d'une conservation renouvelée**

Le rythme de la mode est contrasté ; d'un côté il accélère, d'un autre il suit de plus en plus les codes de la conservation et de la valorisation. En témoignent les expositions et diverses ventes donnant à la mode de créateur un statut patrimonial. Enrichir la mémoire, nourrir la création, refléter une époque, la conservation et l'exposition sont plus que jamais le reflet du rayonnement français.