



Les confectionneurs chinois s'ouvrent aux créateurs locaux

Du "Fabriqué en Chine » à l'ère du " Créé en Chine", le Fashion Report WGSN identifie les 10 créateurs chinois à suivre

Paris, le 29 avril 2009: WGSN, le premier service de veille des tendances dans le monde, présente aujourd'hui son « Greater China Fashion Report» incluant l'analyse de Taiwan et Macau.

Ce rapport très détaillé offre une synthèse fondamentale du marché de la mode en Chine, qu'il s'agisse du fonctionnement des fournisseurs, de la culture et des aspirations des créateurs, en passant par les enjeux actuels du commerce de détail et les difficultés rencontrées par le gouvernement chinois. Cette étude met aussi en lumière le **passage d'une industrie orientée vers l'export à un marché riche de jeunes créateurs qui mise désormais sur la force de sa demande intérieure et sur ses nouveaux talents.**

Le « Fabriqué en Chine » se voit progressivement remplacé par le « Créé en Chine ». Sandra Halliday, en charge de la veille et de l'analyse économique chez WGSN précise: « La Chine a longtemps été considérée comme le plus grand confectionneur mondial si bien que **les créateurs de mode chinois sont restés discrets sur la scène internationale. Mais cette situation devrait complètement changer dans les années à venir** avec la montée en puissance des créateurs locaux et l'affirmation de la Chine comme marché majeur du secteur de la mode bénéficiant de marques nationales fortes. »

Alors que les créateurs chinois sont tout autant préoccupés que les créateurs des autres régions du monde par les conditions économiques actuelles, ils veulent avant tout comprendre comment **développer et maintenir leur propre image de marque, un domaine d'expertise où ils reconnaissent volontiers leur manque d'expérience.**

Dans un environnement fortement compétitif, ces nouveaux créateurs indépendants doivent aussi lutter pour financer leurs projets. Dans la plupart des cas, ils obtiennent des financements privés de leur famille ou de confectionneurs qui leur commandent une petite ligne de vêtements. **Les consommateurs chinois ont développé des goûts plus sophistiqués en matière de mode** et expriment un intérêt toujours plus marqué pour les vêtements de créateurs indépendants.

Les confectionneurs ont bien compris cette tendance et adaptent désormais leur production au marché intérieur afin d'assurer leur croissance dans les années à venir. Sandra Halliday explique ainsi : « Les confectionneurs créent leur propre marque de vêtements destinée au marché chinois ou achètent des licences de marques internationales pour renforcer leur position et expertise sur le marché intérieur chinois.

De plus, **le gouvernement chinois**, qui a de longue date soutenu le développement de l'industrie textile, redoute la dépendance extérieure de ce secteur et **encourage les compagnies chinoises à maintenir leur part de marché à l'international tout en explorant l'immense potentiel du marché intérieur.** »

L'analyste WGSN à Hong Kong, Ng YiLian, a ainsi établi la liste des 10 créateurs chinois les plus prometteurs.

- **Ma Ke:** Directrice artistique d'Exception, Ma Ke a créé sa propre ligne de vêtements Wuyong présentée à Paris. Elle est unanimement considérée comme la plus importante jeune créatrice de mode en Chine aujourd'hui. Exception est vendue dans 60 magasins répartis dans 30 villes de Chine et séduit une clientèle très diversifiée allant des artistes, aux enseignants, en passant par les entrepreneurs, la jeunesse à la mode ou encore les femmes élégantes plus matures. Puriste, elle recherche un accomplissement artistique et spirituel à travers ses créations de vêtements.
- **Liang Zi:** Tangy's Liang Zi a été formée à New York et Paris avant de retourner en Chine pour créer sa propre marque de vêtements. Elle utilise les cotons et soies traditionnels tout en s'inspirant de l'art et de la mode des pays occidentaux. Sa marque est très largement distribuée en Chine et aussi reconnue à l'international.

- **Guo Pei:** Opérant sur le secteur du prêt-à-porter haut de gamme à la limite de la haute couture, Guo Pei travaille dans l'industrie de la mode depuis 1980. Elle a été Directrice artistique de Tianma (Heavenly Horse), une des marques de vêtements pour femmes les plus populaires en Chine dans les années 90, avant de lancer en 1996 sa propre compagnie Rose Studio. Grande inconditionnelle de la semaine de la mode en Chine depuis les années 90, elle a même refusé une invitation à la prestigieuse semaine de la mode à Milan pour présenter ses collections en Chine.
- **He Yan:** Après avoir travaillé à Shanghai pour de grandes enseignes de mode, He Yan décide de devenir indépendante en 2003. En 2007, elle ouvre sa première boutique et lance sa 4ème collection, Spring Republic, inspirée par les costumes grandioses et raffinés de l'Opéra de Pékin.
- **Li Xiao-yan:** FangFang's Li Xiaoyan a été élue Créateur de l'Année de vêtements pour femme lors de la dernière semaine de la mode en Chine. Elle est perçue comme un des noms les plus prometteurs en Chine.
- **Liu Xing:** Le travail de Miidii's Liu Xing peut presque être rattaché à l'avant-garde japonaise tant ses créations remettent en question la traditionnelle approche des vêtements pour femme.
- **Qi Gang:** SEC's Qi Gang a été élu Créateur de l'Année lors de la dernière semaine de la mode en Chine. Ses collections ont été comparées au travail de John Galliano.
- **Lu Kun:** Ce créateur autodidacte de vêtements pour femme installé à Shanghai a vu sa carrière décoller après avoir été nommé Meilleur Jeune Créateur par la Fédération de la mode de Shanghai en 2004. Dans son approche artistique, il essaie de concilier la mode des années 30 à Shanghai, fortement marquée par la culture du jazz, avec les besoins d'aujourd'hui. Les créations de Lu Kun ont déjà été remarquées en Europe et aux Etats-Unis et portées par des stars telles que Paris Hilton.

Fin

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Greenfields Communications

Géraldine Gitel, PR Consultant (français, anglais) Tel : + 44 (0)791 7885380

ggitel@greenfieldscommunications.com

Pour toute information commerciale sur les rapports Fashion, merci de contacter :

Guy Burton at Guy.Burton@WGSN.com ou de consulter le site internet

www.wgsn.com/reports

A propos du rapport WGSN sur l'industrie de la mode

Le Greater China Fashion Report de WGSN s'appuie sur une étude menée en décembre 2008 auprès de 700 enseignes et confectionneurs chinois leaders sur le marché et qui sont tous des clients de WGSN. Les résultats associés à l'analyse du service d'analyse économique et de veille des tendances de WGSN constitue une synthèse essentielle pour tous les professionnels du secteur de la mode concernés par les évolutions du marché japonais. L'étude est vendue exclusivement par WGSN à partir de 595 euros pour les abonnés et de 1195 euros pour les non abonnés. Pour plus d'informations, merci de vous rendre sur le site www.wgsn.com/reports

Au sujet de WGSN – Le leader mondial de l'analyse de style et de tendances

WGSN (Worth Global Style Network) est le premier service de veille des tendances dans le monde. Ce site internet délivre des études de consommations, des inspirations de création et des informations économiques pour les industries de la mode, du design et du commerce de détail.

Les analyses de tendances, l'intelligence en temps réel, les mises à jour quotidiennes et les 10 années d'archives de rapports et d'images de WGSN sont une source d'information et d'inspiration essentielle pour les professionnels. L'équipe mondiale forte de 200 experts crée, analyse, photographie et rédige des rapports sur le style, le sourcing, la distribution, les attitudes de consommateurs et sur l'évolution du monde de la mode.

Abonnés à WGSN: Adidas, L'Oréal, Burberry, Bulgari, Comptoir des Cotonniers, Coca Cola, Carrefour, Quiksilver, Teddy Smith, Monoprix, Dolce & Gabbana, Etam, Galeries Lafayette, Morgan, Gap, Dior Parfums, Ford, Le Tanneur, H&M, Agatha, LG Electronics, Lacoste, Ikea, Cartier, Marks & Spencer, Puma, Décathlon, Samsung, Sony Ericsson, DIM, Zara