

Les métavers sont-ils l'avenir de la mode ?

Le marché de la mode est déjà bouleversé par les métavers. Ces espaces digitaux de divertissement et de commerces du web 3 ouvrent de nouvelles perspectives. Les clients bénéficient d'expériences digitales inédites, alors que les marques et enseignes profitent de nouvelles opportunités commerciales.

14 **DOSSIER MÉTAVERS**



Mvjw/Blond-ish

4 **LINGERIE**

La lingerie doit réinventer la séduction

Avec les mouvements d'émancipation féministes, la lingerie n'échappe pas à la remise en question. Comment le secteur se redéfinit-il à l'ère du #Me Too et de l'inclusivité ? Jusqu'où les marques peuvent-elles mettre en scène des morphologies de femmes « normales » sans y perdre leur âme ?



Bertrille Isabeau

9 **INDUSTRIE**

Getex fait bouger les lignes du Made in France

Le spécialiste des pièces à manches ouatinées a modernisé son usine, avec une attention particulière au management et au bien-être du personnel.

12

Le Baromètre du Marché

Les ventes des distributeurs de textile de maison de notre panel ont encore une fois été décevantes au mois de mars. La situation se complique.

Tanngreen chausse les mêmes baskets que Joseph Malinge

LA START-UP lancée par Corinne Raguin il y a deux ans a signé un partenariat avec le chausseur de luxe.

Très discrète, Corinne Raguin n'en est pas moins une spécialiste de la mode et des nouvelles tendances. Parallèlement à sa mission d'accompagnement de jeunes marques innovantes et écoresponsables, elle a fondé la société *Cgc.Cdkmaker*, spécialiste de l'industrie du cuir, de la mode et du design, et mis au point, avec la marque *Tanngreen*, un procédé innovant de tannage du cuir à partir de marc de raisin, un déchet de la production vinicole. Ce marc de raisin est également utilisé comme additif pour le textile et le caoutchouc. «*La matière traitée avec Tanngreen présente*

Tanngreen a mis au point un procédé de tannage du cuir à partir de marc de raisin.

des qualités de douceur et de résistance exceptionnelles», souligne Jean-Pierre Tolo, un des proches collaborateurs de la dirigeante. *Tanngreen* a travaillé avec le chausseur Joseph Malinge à la création d'un chausseur sportswear uni-



sexe, dont la tige est constituée d'un cuir marin tanné, teint avec le procédé maison, et d'un cuir pleine fleur. Quant à la semelle, elle est fabriquée en caout-

chouc naturel. En phase de test, le modèle 100% Made in France est diffusé dans quelques boutiques de luxe, à Cannes, Nice et Grasse.

Tanngreen prépare également d'autres projets avec un fabricant d'espadrilles et un spécialiste des bérêts et chapeaux. ■ A.L.

Flotte fait aimer la pluie

LA MARQUE FRANÇAISE a déjà séduit près de 400 détaillants multimarques avec ses imperméables en matière recyclée.

C'est parce qu'une de leurs amies ne trouvait pas sur le marché d'anorak original, coloré et écoresponsable que Lyly Wu Co et son compagnon, Mickael Pan, ont décidé de le dessiner. *Flotte* est née en 2020 autour de l'idée «*de faire aimer la pluie avec des vêtements modulables et colorés, fabriqués dans des matières recyclées et certifiées*», remarque Lyly Wu Co. La palette compte déjà quinze couleurs, tandis que les mo-

dèles se déclinent pour toute la famille, en version courte ou longue, doublée ou non, afin de s'adapter à toutes les saisons. Certifiée *Grs (Global Recycled Standard)*, la gamme en polyester recyclé est complétée par des accessoires (plaid se transformant en coussin, couvre-chef, cache-cou,

gourde) et des sweat-shirts polaires, dotés d'une capuche imperméable. Quant à la production, elle est réalisée en Chine, dans des usines labellisées *Bsci Amfori*, garantissant des normes sociales et environnementales strictes.

Lancée sur fonds propre, *Flotte* a récemment participé à l'émission de *M6* «*Qui veut*

être mon associé?». La marque a aussi bénéficié du soutien de la foncière *Car-mila*, après un concours de marques digitales. Elle a ainsi eu la possibilité d'ouvrir un pop-up éphémère dans le centre commercial d'Anglet. Celle qui se définit comme «*la marque des pluviophiles*» vient d'être repérée par le *Printemps Haussmann*, qui l'accueille durant un mois au troisième étage de son espace Homme. ■ A.L.

Flotte se définit comme « la marque des pluviophiles ».

Journal du Textile

ALEA CONSEIL - 30, rue de Londres - 75009 Paris France - Tél.: 01-43-57-21-89 - RC 884 048 919

Contacteur la rédaction :
redaction@journaldutextile.com

Directeur de la Publication et Gérant:
Thibault Leclerc

Responsable des relations institutionnelles:
Yves de Keratem

Ont collaboré à ce numéro : Delphine Arbonne,
Julien Bels, Marie-Emmanuelle Fron, Agnès Legoeul,
Pascale Mattei, Caroline Talbot

Baromètre et Cote des créateurs:
Marie-Christine Baudouin

Réalisation : Jean-Marc Frésil, Yann Suty

Correction : Anne Ducourtial

Directrice commerciale :
Sandrine Mazet : 07-61-46-36-91
(sandrine.mazet@journaldutextile.com)

Chefs de publicité :
Stéphanie Faure : 06-03-09-01-35
(stephanie.faure@journaldutextile.com)

Assistante de publicité : Pascale Palacci
01-44-05-50-07 (ad@journaldutextile.com)

Petites Annonces : Catherine Druésne : 01-44-05-50-42
(catherine.druésne@journaldutextile.com)

Abonnements : Sophie Bergougnot : 01-44-05-50-06
(sophie.bergougnot@journaldutextile.com)

Gestion : Sandrine Fauvel

Prix du numéro : 6,90 €
Abonnement pour un an (42 numéros) :
Version papier seule :
France : 179 € ttc - CEE : 239 €
Version papier + PDF :
France : 188 € ttc - CEE : 248 €
Version PDF : 163 € ttc
Autres pays : consulter notre site internet

MediaPro
PROMOUVOIR L'INFORMATION PROFESSIONNELLE

Pour vous abonner : journaldutextile.com

Rejoignez-nous sur



N° de commission paritaire : 1122T82336
Impression : Escourbiac Imprimeur
N° ISSN : 0293.0757 - Dépôt légal à parution.
Papier provenant de Finlande. 0% de fibres recyclées. Eutrophisation : P tot 0.011 kg/T.



En application des articles L 111-1 et suivants du code de la propriété intellectuelle, tous les articles publiés par le Journal du Textile sont sa propriété exclusive et ne peuvent être reproduits partiellement ou totalement, sous quelque forme que ce soit - notamment par informatique - sans l'accord exprès préalable et écrit de l'éditeur.