

REINVENTER LE CLASSIQUE A L'ERE DE LA NOUVELLE TECHNOLOGIE

« La mode est un rendez-vous avec le temps. L'avenir appartient à ceux qui utiliseront les technologies de leur temps et satisferont les besoins et les envies des consommateurs. »

-PIERRE BERGE-

Le savoir-faire traditionnel ne doit pas disparaître dans la mesure où c'est un pilier indispensable aux univers de la mode et du luxe, mais il doit croiser désormais avec les nouvelles technologies et les dernières innovations pour proposer une mode et un luxe toujours plus modernes.

L'idée n'est donc pas de tourner le dos aux savoir-faires traditionnels, mais au contraire, la technologie doit se mettre au service de ces savoir-faires. Il s'agit donc d'une cohabitation de la tradition et de l'innovation.

Aujourd'hui, les consommateurs appartiennent à une génération connectée et plus que digitalisée, les limites à la nouveauté semblent s'effacer, et tout devient possible jusqu'à l'inimaginable.

En effet, on ne peut plus négliger l'émergence d'une génération née avec un smartphone dans les mains, les « digital natives » sont nos futurs clients si ce n'est déjà pas le cas. Or, ils vont vouloir d'une part se démarquer de la génération précédente et de celle de leurs parents. Ce qu'ils recherchent c'est la nouveauté, l'exclusivité, l'inédit. De plus, ils sont ultra connectés et sont donc très friands des objets mêlant luxe et nouvelles technologies.

Le thème de cette édition traite donc particulièrement de ce qu'il est usuel d'appeler la Fashion Tech qui concerne d'une part l'innovation de la chaussure et de la maroquinerie et d'autre part les innovations technologiques provenant de la révolution numérique.