COMMUNIQUÉ DE PRESSE

le 19/01/2026

À Paris

Export en Asie : Mode in France ouvre sa saison 2026 à Séoul, Taipei et Tokyo

Fin janvier 2026, la Fédération Française du Prêt à Porter Féminin organise **trois rendez-vous en Asie** - à Séoul, Taipei et Tokyo - pour **connecter les marques françaises aux acheteurs asiatiques**. Une édition incontournable : les **30 ans de Mode in France Tokyo**.

« Mode in France Tokyo 2026 sera un événement culturel et business célébrant trois décennies de liens franco-japonais. Un anniversaire important qui souligne le rôle clé de la Fédération dans le développement de la mode française en Asie. »

Yann Rivoallan,
Président de la Fédération Française du Prêt à Porter Féminin

L'Asie n'est pas un "pari" pour la mode française : c'est un marché historique d'export… qui continue d'être très prometteur. Le Japon en est l'exemple le plus parlant : **un marché structuré, exigeant et toujours dynamique** - porté à la fois par une **consommation locale solide, une montée du digital et un rebond du tourisme** qui dope les ventes. Les opportunités sont là, mais elles se gagnent avec **méthode, réseau et continuité**.
C'est précisément pour répondre à cette réalité que la Fédération Française du Prêt à Porter Féminin déploie Mode in France : une initiative B2B pensée pour transformer l'envie d'exporter en rencontres qualifiées, en contacts utiles et, surtout, en business concret.

Asie, un marché historique toujours plein de promesses

L'Asie n'est pas une destination export par hasard. Le Japon, marché mature et exigeant, a vu ses ventes de détail d'habillement atteindre **8 501 milliards de yens en 2024 (+1,7 %)**, tandis que l'e-commerce mode représente environ **2,7 trillions de yens**. Sur le luxe, le Japon a été la région à la plus forte croissance mondiale en 2024, avec une progression de +12-13 % pour atteindre 33 milliards d'euros, portée par le tourisme. Ces chiffres confirment que **l'Asie reste un moteur de croissance concret** pour la mode française - pas une zone de test, mais une stratégie de présence durable.
Trente ans de Mode in France à Tokyo racontent une évidence : ce format a prouvé son efficacité dans la durée : le salon existe depuis 1996, et l'édition de février 2026 marque la 60e session. Et c'est justement là que le message devient rassurant : sur des marchés comme le Japon, la réussite ne se joue pas en "one shot". Elle se construit par la régularité, la confiance, et des retours saison après saison. C'est ce que Mode in France rend possible.

Sources chiffres : Bain & Company - Zozo - Yano Research Institute

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Ce que Mode in France apporte : l'export, en vrai

Mode in France fonctionne avec discrétion : c'est **une plateforme business axée sur l'action**. Le principe : **réunir les bonnes personnes au bon moment, avec une sélection lisible facilitant la décision**. Les marques françaises rencontrent acheteurs locaux, distributeurs et décideurs ; les partenaires asiatiques découvrent des labels français prêts à collaborer. Ce mécanisme est crucial au Japon, marché fondé sur la confiance, la régularité et une lecture fine du positionnement.
Mode in France Tokyo est devenu une institution. Les éditions précédentes ont accueilli des dizaines de marques françaises et **plus de 1 500 visiteurs professionnels japonais** (acheteurs, agents, distributeurs). Les équipes gèrent mise en relation, traduction culturelle et accompagnement pour transformer les premiers pas en implantation durable. **L'accompagnement va au-delà du showroom** : retail tour des boutiques clés, ressources concrètes (insights marché, contacts) pour cibler de vraies opportunités. Mode in France propose une expérience export complète - préparation, rencontres, débrief - transformant un saut intimidant en parcours guidé.

Accompagner même les nouvelles marques avec MIF Shaker

La Fédération a lancé **MIF Shaker**, un programme démontrant que l'export est accessible aux jeunes labels. En partenariat avec Talent to Trend, ce « sas d'entrée » offre coaching, espace d'exposition collectif et représentation commerciale à Tokyo. La Fédération réceptionne les collections, les experts locaux présentent aux acheteurs japonais, puis la marque reçoit un rapport détaillé. Pour environ 3 000 €, **MIF Shaker supprime les barrières financières et logistiques**.

« Cet accompagnement permet aux labels de "mettre le pied à l'étrier" et de convertir l'intérêt en commandes. Les résultats sont encourageants : de nouvelles marques attirent l'attention d'acteurs japonais clés grâce à une curation exigeante de créations innovantes et prêtes à l'export. »

Anne-Laure Druguet,
Directrice Internationale de la Fédération Française du Prêt à Porter Féminin

Une légitimité bien construite

Au cœur du dispositif : le réseau de la Fédération Française du PAP Féminin, intermédiaire clé mobilisant un réseau construit depuis des décennies en Asie (grands magasins, boutiques, distributeurs). Les labels français bénéficient d'une confiance établie. Au Japon, Presence Co., Ltd. assure le dialogue avec les acheteurs ; des partenariats similaires existent en Corée et à Taïwan. Les marques accèdent à plus de 3 000 contacts professionnels. La Fédération sélectionne l'audience, facilite les rencontres et aide à conclure. Mode in France agit comme matchmaker et mentor.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L’Art de vivre français à Tokyo

En 2026, Mode in France prend le virage de **l’art de vivre** : pour cette édition anniversaire, une nouvelle direction artistique mettra la créativité française au premier plan :

- La **performance de Kumisolo**, chanteuse et comédienne japonaise basée à Paris.

- L’**exposition du célèbre atelier français Leblond Delienne**, référence de la pop-culture. L’occasion pour les visiteurs de découvrir les univers d’artistes incontournables comme **Jean-Charles de Castelbajac, José Lévy, Miguel Chevalier,…**

Mode in France Tokyo 2026 : un événement culturel et business célébrant trois décennies de liens franco-japonais.

Prochains rendez-vous - Asie (fin janvier / début février 2026)

- Mode in France **Séoul** : 29-30 janvier 2026
- Mode in France **Taipei** : 1-2 février 2026
- Mode in France **Tokyo** : 4-6 février 2026

avec : Ines de la Fressange Paris, Lancel, Lancaster, La Fée Maraboutée, Arche, Laulhère, Trench&Coat, Petrusse…

À propos de la FFPAPF : Engagée aux côtés des entrepreneurs de mode français, la Fédération Française du Prêt à Porter Féminin accompagne la transformation du secteur et prépare les entreprises aux enjeux de demain.

Son rôle : encourager l’innovation, soutenir une mode plus responsable et aider les marques à saisir de nouvelles opportunités pour renforcer leur performance.

Export, entrepreneuriat, juridique, rayonnement médiatique… La Fédération s’adresse à toutes celles et ceux qui cherchent des solutions concrètes et un regard clair sur l’avenir de la mode, pour assurer la pérennité de leur activité.

Contact Presse :
Alexane Spieser
aspieser@pretaporter.com
06 19 78 18 84