

Mode : cinq startups coréennes à l'assaut de l'industrie française

Un Global Demo Day a été organisé jeudi 2 décembre par KIDP et Creative Valley afin de permettre aux startups de la mode et de la beauté coréennes de promouvoir leurs atouts aux investisseurs français et internationaux. Leur but : devenir une référence en dehors de l'Asie.

Temps de lecture : minute

7 décembre 2021

L'heure est à l'avènement de la K-beauty et de la K-fashion - K pour Corée (Korea). Selon Business France, " *la Corée du Sud fait aujourd'hui partie des marchés les plus dynamiques et influents au monde dans le domaine de la beauté* ". Ces dernières années, influenceurs et réseaux sociaux ont fait découvrir au monde entier les secrets de beauté et de mode coréens. L'industrie du design du pays représente 18,29 milliards de dollars d'après les chiffres de la Korea Institute of Design Promotion. Et les " idol " de K-pop, qui jouissent d'une gloire internationale depuis quelques années, y sont pour beaucoup. Le style vestimentaire - très recherché, avant-gardiste voire futuriste - arboré sur scène ou dans les clips, a influencé la mode urbaine. " *Les Coréens sont très sensibles à la beauté visuelle* ", explique Kian Ban, directeur de l'incubateur et accélérateur français Creative Valley. En effet, l'apparence physique y est synonyme de facteur d'ascension sociale et de popularité.



Le groupe coréen, BTS, en 2021 (Photo / Carolin von Petzholdt, Wikimedia)

Outre l'habillement, " le pays détient la plus forte consommation de produits cosmétiques par personne au monde, avec en moyenne plus de 20 produits utilisés par mois ", détaille Business France. 11,3 milliards d'euros de revenus ont été engendrés en 2018, faisant de la Corée " le 9ème marché mondial pour les produits cosmétiques, juste derrière la France et l'Inde ", d'après Business France.

Une référence en Asie

Afin de promouvoir cette spécificité, KIDP (Korea Institute of Design Promotion) a mandaté l'incubateur et accélérateur français Creative Valley pour accompagner cinq startups coréennes prometteuses dans le secteur de la mode et de la beauté. " La Corée est très dynamique dans le domaine des startups ", indique Kian Ban. Pour cela, un Global Demo Day a été organisé via Zoom jeudi 2 décembre.

Maquillage en réalité augmentée, personal shopper numérique, facilité d'achat de matériaux auxiliaires... Les startups Acloset par Looko , Brandi , Ticker par Tachyon BNT , Buja Market par JongdalLab et StyleAI By Fashionade ont ainsi pu promouvoir les pratiques coréennes aux acteurs et investisseurs internationaux. " *La Corée est déjà une référence en termes de mode et de beauté dans les pays d'Asie qui imitent toutes ses tendances* ", assure Kian Ban. Désormais, elle veut atteindre l'Europe et plus précisément la France. " *Il s'agirait d'une collaboration, d'un échange. Les Coréens veulent aussi apprendre du savoir-faire français.* "



Photo du Global Demo Day 2021 organisé jeudi 2 décembre par KIDP et Creative Valley

Le marché des cosmétiques notamment est un vivier d'opportunités pour les marques françaises qui ont la réputation d'être qualitatives et fiables. Business France indique qu'" *en 2018, les exportations de cosmétiques*

français vers la Corée du Sud ont atteint 389 millions d'euros, détrônant pour la première fois nos concurrents américains ".

Force d'adaptation et exigence coréenne

Afin de toucher la France, la Corée compte sur son atout principal : sa versatilité. *" Les tendances changent très rapidement, et les startups coréennes s'adaptent facilement. C'est une sorte de mécanisme : les entreprises suivent les modes avec aisance pour trouver les textiles et matériaux. L'efficacité de la fabrication permet de sortir les collections de vêtements sur le marché avec rapidité "*, précise Kian Ban. Autre avantage : *" Rien n'est délocalisé, le design, les matériaux, la fabrication sont tous concentrés en Corée. "* S'ajoute à cela une force venue directement des clients et clientes : leur exigence. *" En Corée le climat est très rude en été et en hiver. Satisfaire les consommatrices est donc un grand défi "*, estime Kian Ban. Selon le directeur de Creative Valley, les Coréennes sont très difficiles car elles font face à un très grand nombre de marques et de propositions. Si une marque gagne le cœur des Coréens, alors elle devient une valeur sûre et *" aura une force de frappe ailleurs qu'en Corée "*.

Les cinq startups sélectionnées par KIDP et Creative Valley :

- Acloset par Looko : Acloset est une application mobile qui offre une garde-robe numérique aux consommateurs. Elle propose un shopping personnalisé en fonction de leur dressing et crée également des tenues à partir des vêtements déjà présents dans leur armoire.
- Brandi : Brandi est une application de shopping pour les jeunes Millennials (nés entre 1986 et 1996) et de la génération Z (1997-2005). Elle propose notamment un service de livraison le jour-même.
- Ticker par Tachyon BNT : Ticker by Tachyon BNT permet aux

consommateurs de faire des essais maquillage virtuels basés sur la technologie de la réalité augmentée.

- Buja Market par JongdalLab : Buja Market est un service O2O (online to offline) qui brise le préjugé selon lequel les matériaux auxiliaires ne peuvent être achetés que hors ligne. Buja Market améliore efficacement le processus de travail des designers sur le marché des matériaux auxiliaires.

- StyleAI par Fashionade : Avec Style AI, Fashionade propose des solutions pour rendre le processus de coordination - normalement fait à la main - plus automatisé, axé sur les données, et avec le panier moyen 23% plus élevé.

Maddyness, partenaire média de Creative Valley

Article écrit par Maddyness, avec Creative Valley