

# WSN ACADEMY

Learn  
Grow  
Innovate

## COMMUNAUTÉS : LES COMPRENDRE ET LES ACTIVER POUR TRANSFORMER LA MODE



- 01 LA FÉDÉRATION**
- 02 LE CONTEXTE**
- 03 LES COMMUNAUTÉS**
- 04 PALMARÈS RÔLE MODÈLE**

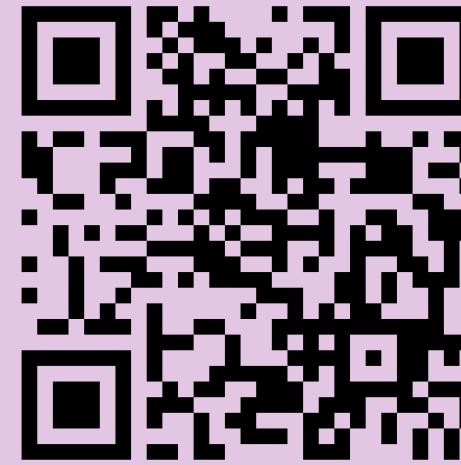


01

# LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DU PRÊT À PORTER FÉMININ



*Rejoignez-nous  
sur Instagram*



## ACTEUR CLÉ DES TRANSFORMATIONS DU PRÊT-À-PORTER FÉMININ

ACCOMPAGNE LES DIRIGEANTS DE MARQUES  
SUR LES MUTATIONS ÉCONOMIQUES,  
CULTURELLES, SOCIÉTALES

MISSION : GUIDER, ÉCLAIRER, OUTILLER  
FACE AUX SIGNAUX ÉMERGENTS

FEDERATION  
FRANÇAISE  
DU PRÉT  
À PORTER  
FÉMININ



La Fédération  
toujours à vos côtés

WSN ACADEMY

FEDERATION  
FRANÇAISE  
DU PRÉT  
À PORTER  
FÉMININ



# 02 LE CONTEXTE

Pourquoi ?  
Définition  
Les points clés



02 \_ LE CONTEXTE

# POURQUOI PARLER DE COMMUNAUTÉS AUJOURD'HUI ?

- LA MODE VIT UNE TRANSFORMATION STRUCTURELLE
- FIN DU CONSOMMATEUR PASSIF
- MONTÉE EN PUISSANCE DES TRIBUS, GROUPES,  
AUDIENCES ENGAGÉES



TRIBUS  
ENGAGEMENT  
CULTURE  
TRANSFORMATION

WSN ACADEMY

FÉDÉRATION  
FRANÇAISE  
DU PRÊT  
À PORTER  
FÉMININ



02 LE CONTEXTE

## DÉFINITION : QU'EST-CE QU'UNE COMMUNAUTÉ ?

- UN GROUPE ENGAGÉ AUTOUR DE VALEURS,  
D'ESTHÉTIQUES OU D'USAGES COMMUNS
- UN ESPACE D'IDENTIFICATION ET D'APPARTENANCE
- UN LEVIER D'INFLUENCE CULTURELLE  
ET ÉCONOMIQUE



WSN ACADEMY

FÉDÉRATION  
FRANÇAISE  
DU PRÉT  
À PORTER  
FÉMININ



## 02 \_ LE CONTEXTE **DE LA CIBLE À LA TRIBU**

AVANT : SEGMENTATION MARKETING CLASSIQUE  
AUJOURD'HUI : COMMUNAUTÉS AFFINITAIRES  
DEMAIN : CO-CRÉATION ET ENGAGEMENT LONG TERME



WSN ACADEMY

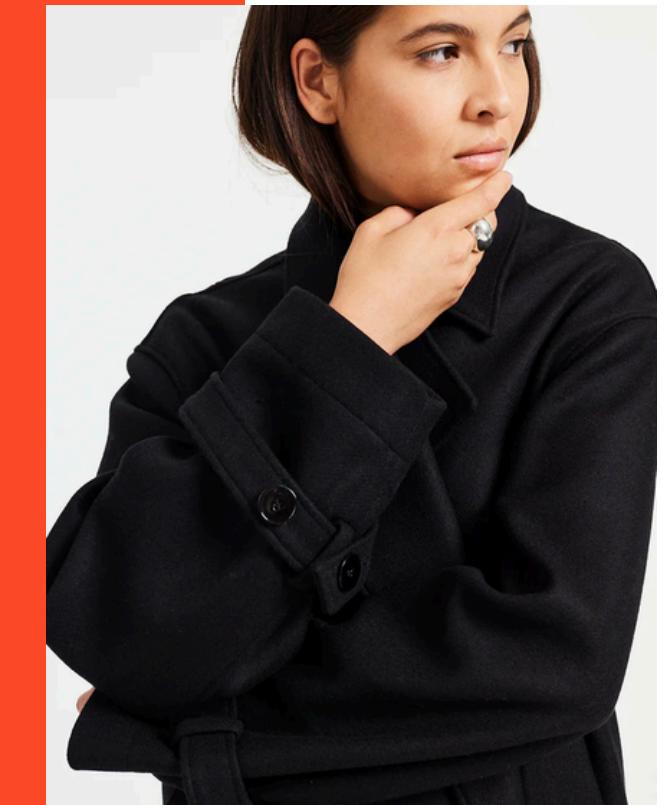
FÉDÉRATION  
FRANÇAISE  
DU PRÊT  
À PORTER  
FÉMININ



02 \_ LE CONTEXTE

# LES COMMUNAUTÉS REDESSINENT LA CHAÎNE DE VALEUR

- CRÉATION
- PRESCRIPTION
- DISTRIBUTION
- DÉSINTERMÉDIATION



Patine



Meuf Paris

WSN ACADEMY

FEDERATION  
FRANÇAISE  
DU PRÉT  
À PORTER  
FÉMININ



02 \_ LE CONTEXTE  
**LE RÔLE CLÉ  
DES PLATEFORMES**

- YOUTUBE, TIKTOK, INSTAGRAM
- LES CRÉATEURS COMME CHEFS DE TRIBUS
- LES COMMUNAUTÉS COMME AMPLIFICATEURS



WSN ACADEMY

FÉDÉRATION  
FRANÇAISE  
DU PRÊT  
À PORTER  
FÉMININ



02 \_ LE CONTEXTE

# LES COMMUNAUTÉS : CE QU'ELLE ATTENDENT DES MARQUES

- AUTHENTICITÉ
- COHÉRENCE
- DIALOGUE
- ENGAGEMENT RÉEL



WSN ACADEMY

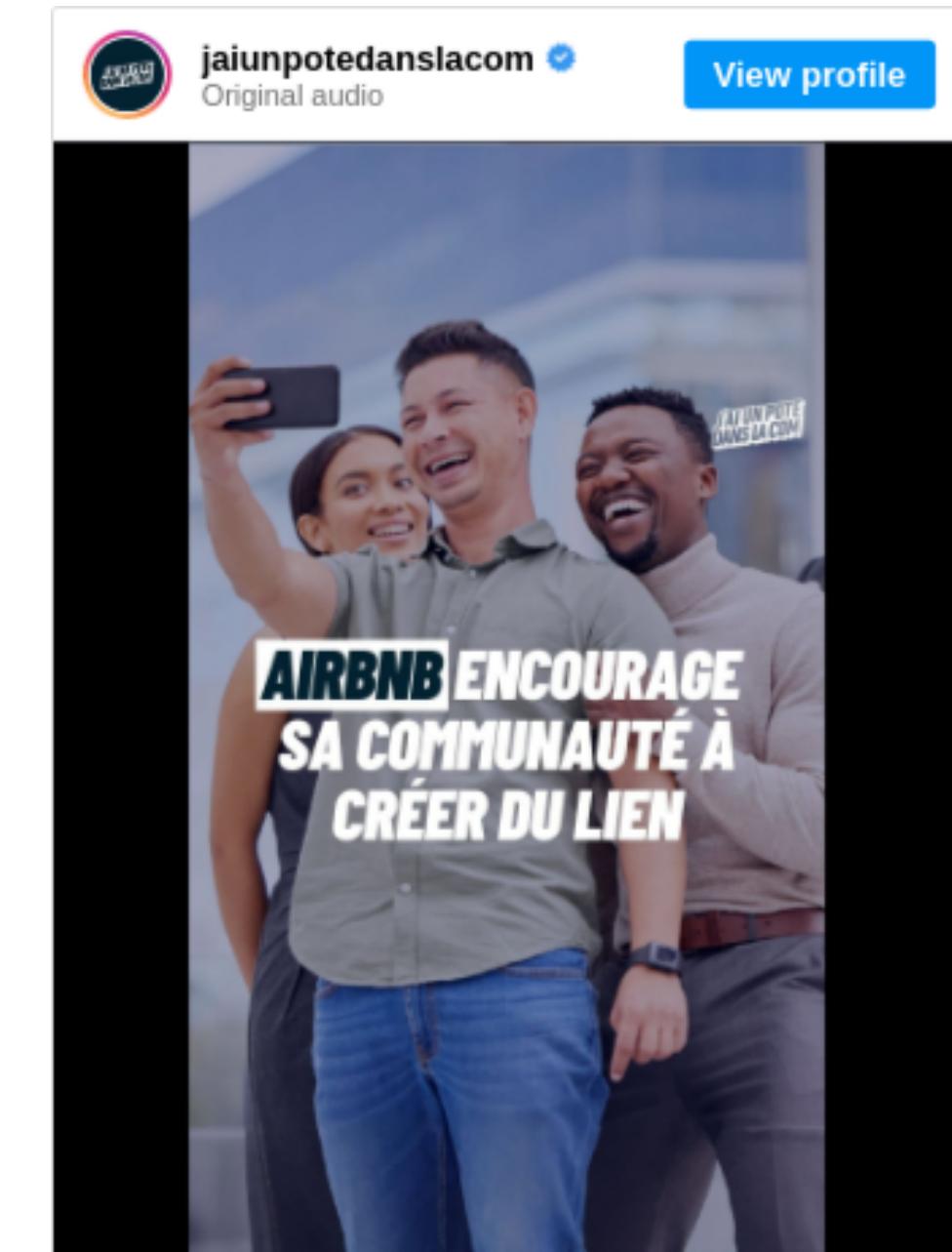
FÉDÉRATION  
FRANÇAISE  
DU PRÊT  
À PORTER  
FÉMININ



02 \_ LE CONTEXTE

# LES MARQUES QUI REUSSISENT

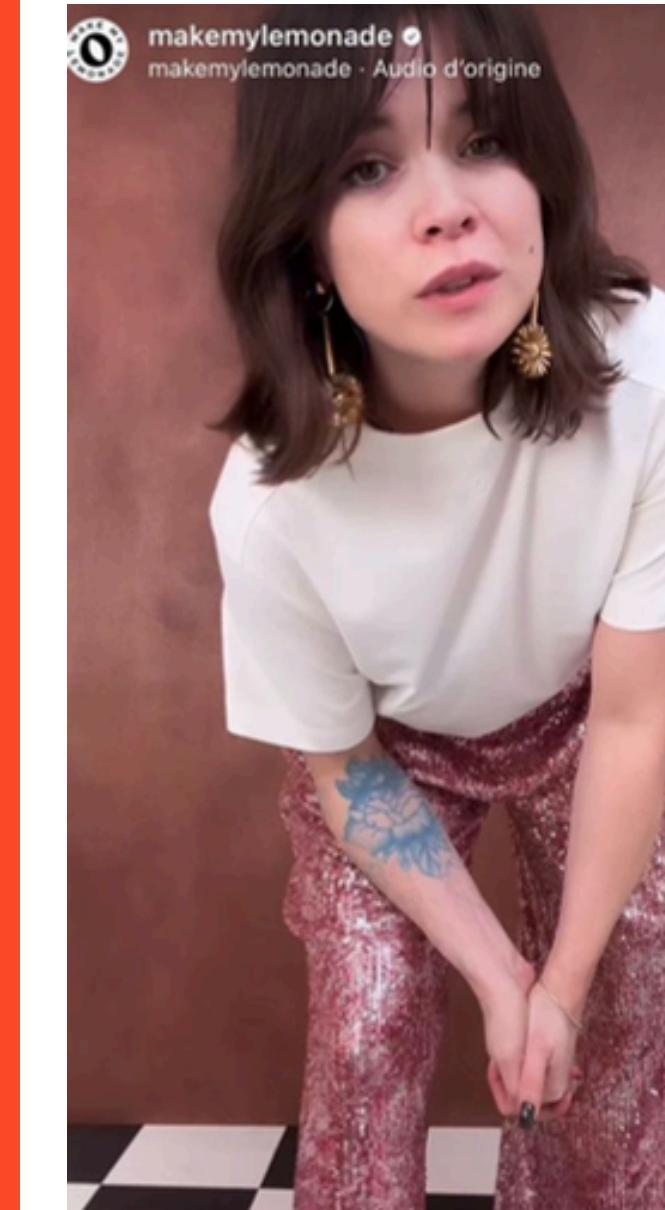
- MARQUES NÉES AVEC UNE COMMUNAUTÉ
- MARQUES QUI SAVENT ÉCOUTER ET INTÉGRER
- MARQUES QUI ACCEPTENT DE PERDRE LE CONTRÔLE





## 02 \_ LE CONTEXTE **CHANGEMENT DE POSTURE POUR LA MODE**

- PASSER DE “PARLER À” À “CONSTRUIRE AVEC”
- INTÉGRER LES COMMUNAUTÉS DANS  
LA STRATÉGIE GLOBALE
- MESURER L’ENGAGEMENT, PAS SEULEMENT  
LA VISIBILITÉ



MAKE MY  
LEMONADE  
X  
leboncoin

WSN ACADEMY

FÉDÉRATION  
FRANÇAISE  
DU PRÉT  
À PORTER  
FÉMININ



03

## LES COMMUNAUTÉS

Zoom sur des communautés  
Études de cas





## 03 \_ LES COMMUNAUTÉS LE GAMING

7 FRANÇAIS SUR 10 JOUENT  
(ÂGE MOYEN 40 ANS)  
221 MD\$ (2024)

EXEMPLE DU ZEVENT  
16 M€ LEVÉS  
3M+ VUES  
→ MOBILISATION & IMPACT



Maghla

WSN ACADEMY



## 03 \_ LES COMMUNAUTÉS LE DIGITAL

ÉVÉNEMENTS HYBRIDES  
(SPORT + MUSIQUE + CRÉATEURS)

EXEMPLE DU GP EXPLORER  
80K PERSONNES SUR SITE  
1,5M TWITCH - 7M FRANCE TV  
→ POP CULTURE + MÉDIA TOTAL



Rose & Punani, Gaelle Garcia Diaz, Clara Morgane



Océane Amsler et Le Motif



WSN ACADEMY



## 03 \_ LES COMMUNAUTÉS LE SPORT

**SPORTSWEAR 211 MD\$ (2024)**

→ 220 MD\$ (2025)

→ ~300 MD\$ (2032)

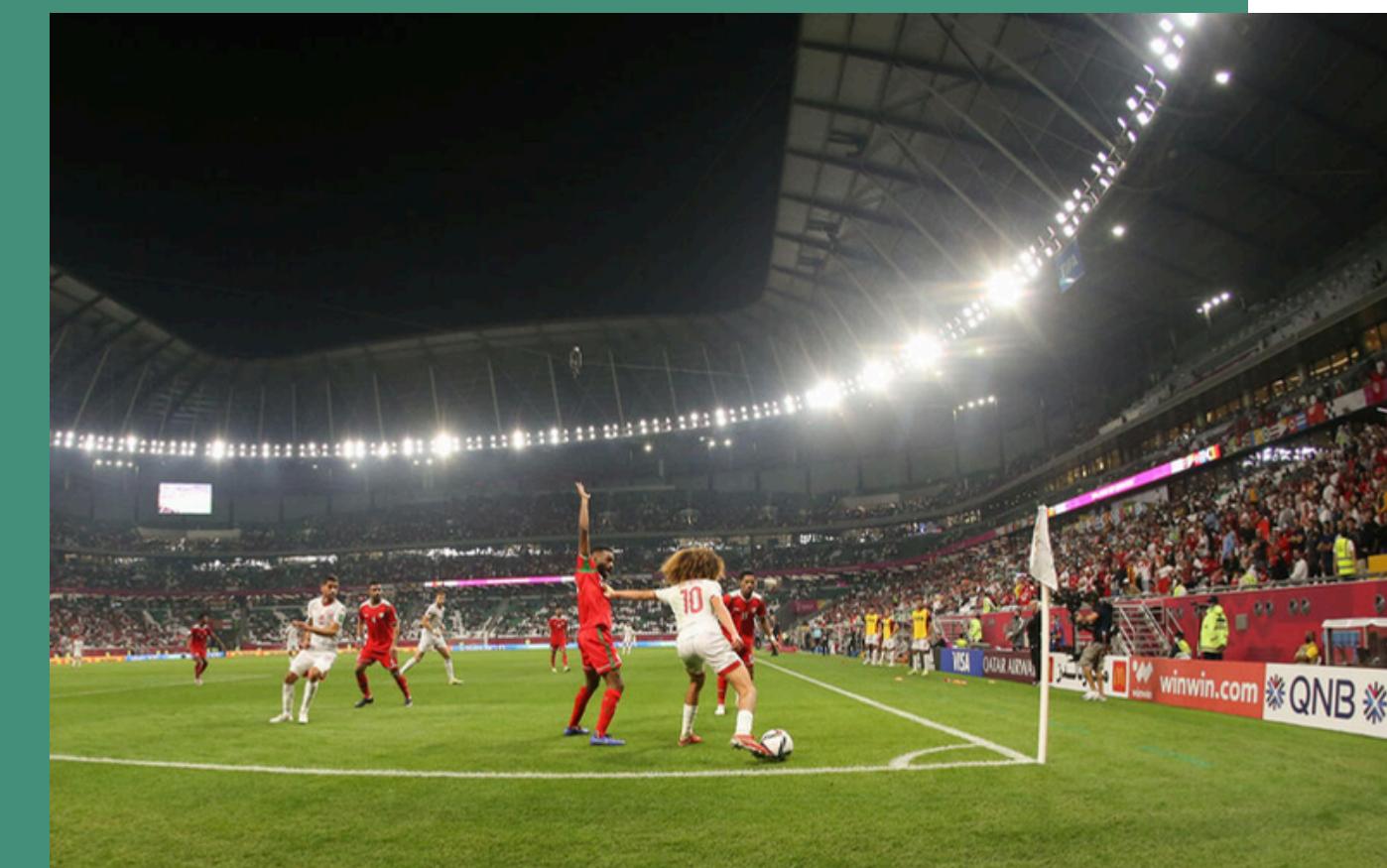
**EXEMPLE DU MATCH DE L'ESPOIR**  
**25M SPECTATEURS**  
→ **FUSION LÉGENDES**  
+ **INFLUENCEURS**



Marine Leleu



Juju Fitcats



**WSN ACADEMY**



## 03 \_ LES COMMUNAUTÉS LES CULTURES URBAINES

FRANCE 2<sup>e</sup> MARCHÉ MONDIAL DU RAP  
(CODES & DÉSIRABILITÉ)

EXEMPLE DE YARDLAND  
50K PARTICIPANTS  
→ COMMUNAUTÉS  
PRESCRIPTRICES / TENDANCES



Camino TV

WSN ACADEMY



# Q3 \_ LES COMMUNAUTÉS ÉTUDE DE CAS HOSPITALITY & RESTAURATION

LA MODE COMME EXPÉRIENCE DE LIEU  
ET DE LIFESTYLE

DES COLLABORATIONS QUI DÉPASSENT LE PRODUIT  
POUR CRÉER UNE EXPÉRIENCE GLOBALE

*EXEMPLES : THE GIFT SHOP (PARIS), VANESSA SPOSI X CHEVAL  
BLANC, LILY OF THE VALLEY, TUBA CLUB (MARSEILLE),*



WSN ACADEMY



# Q3 \_ LES COMMUNAUTÉS ÉTUDE DE CAS INTÉGRER LA MODE AU GAMING

→ DEUX APPROCHES COMPLÉMENTAIRES

- HABILLAGE DES JOUEURS
- HABILLAGE DANS LES JEUX



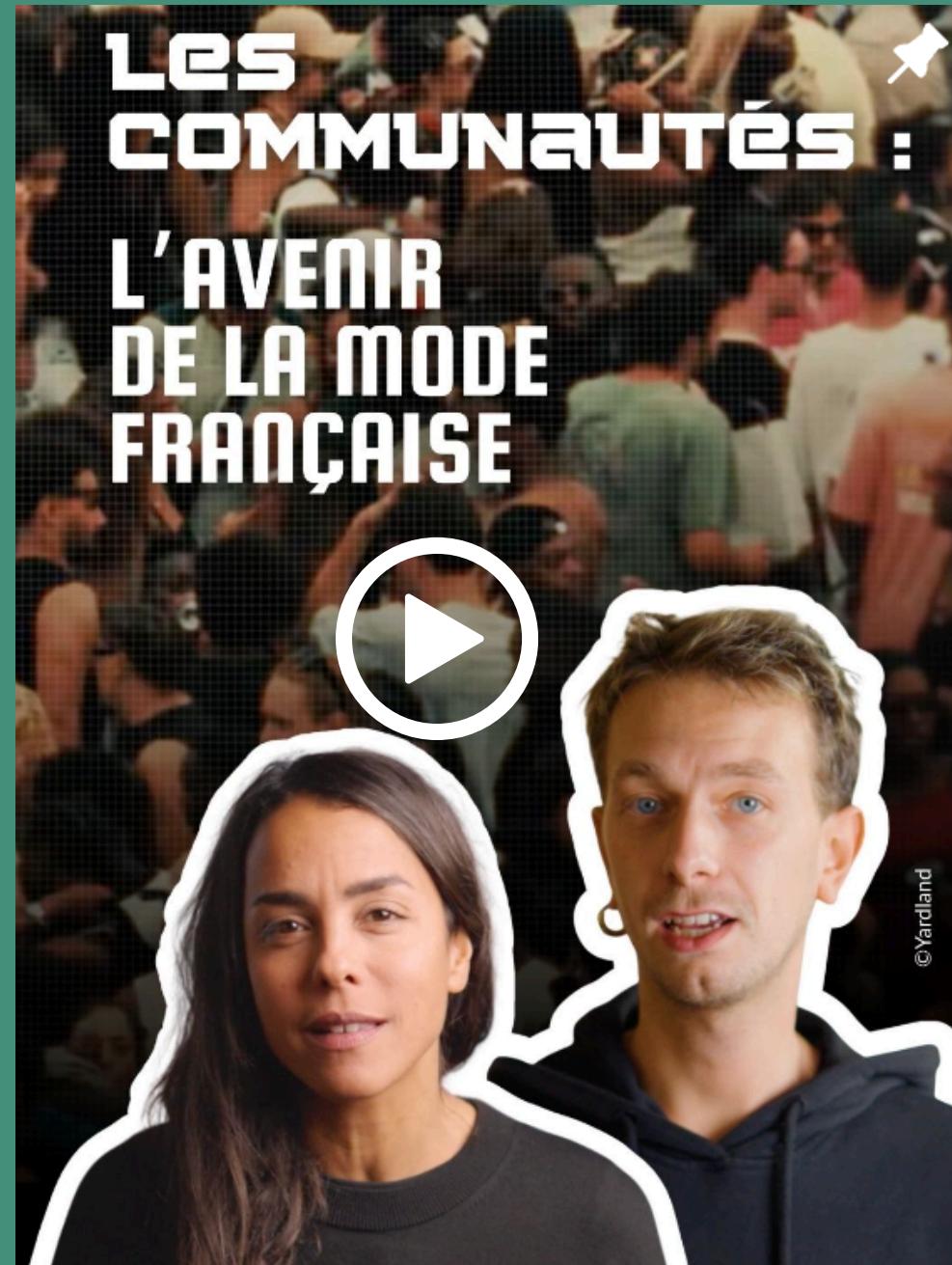
Clair Obscur: Expedition 33



Lacoste x Gentle Mates

WSN ACADEMY

FÉDÉRATION  
FRANÇAISE  
DU PRÊT  
À PORTER  
FÉMININ



Pour plus d'exemples de  
communautés à suivre  
regarder la vidéo



WSN ACADEMY

FEDERATION  
FRANCAISE  
DU PRÉT  
À PORTER  
FÉMININ



04

## LE PALMARÈS RÔLE MODÈLE



# Le meilleur de la Mode communautaire en France

Par la Fédération Française  
du Prêt à Porter Féminin

DÉCOUVREZ  
LES LAURÉATS



## 4 \_ LE PALMARÈS RÔLE MODÈLE

- RÉCOMPENSER LES MARQUES COMMUNAUTAIRES
- METTRE EN LUMIÈRE L'INNOVATION FRANÇAISE
- VALORISER LES NOUVELLES FAÇONS DE FAIRE LA MODE

WSN ACADEMY

FÉDÉRATION  
FRANÇAISE  
DU PRÊT  
À PORTER  
FÉMININ



# Tout le monde connaît sauf vous !

Tester votre connaissance des communautés  
en découvrant les 15 phénomènes sélectionnés par la Fédération  
et que tout le monde connaît, sauf vous ?



WSN ACADEMY

FEDERATION  
FRANCAISE  
DU PRET  
A PORTER  
FEMININ

# WSN ACADEMY

Learn  
Grow  
Innovate

# MERCI !

[wsn-academy@wsn.community](mailto:wsn-academy@wsn.community)



Votre avis nous intéresse !