DE SHANGHAI À CHENGDU

En 2027, Promas change d'échelle en Chine

Appel à candidatures à partir du **31 octobre 2026**



Press Day, Shanghai Fashion Week, 10 octobre 2026. [Crédit photo : Bearboom]

Boarding Pass est le programme d'accompagnement de Promas dédié à l'immersion et au développement international des marques françaises créatives. Pendant un an, les labels sélectionnés sont préparés à leur marché cible puis accompagnés sur place, avec un dispositif associant compréhension du marché, développement commercial, relations presse et influence, rencontres avec les acheteurs et acteurs professionnels, et immersion dans les écosystèmes créatifs locaux.

En mars puis du **9 au 12 octobre 2026**, cinq marques françaises : **EGONLAB, COLTESSE, BAZISZT, LUDOVIC DE SAINT SERNIN et MII COLLECTION** ont ainsi été accompagnées à Shanghai, avec le soutien du **DEFI – La Mode de France.**

Deux immersions qui ont permis de passer d'une première découverte du marché à une présence plus régulière, de développer les réseaux professionnels et médiatiques des marques et de faire émerger de premières opportunités commerciales et créatives.

La fédération française de la mode masculine ne se contente pas d'organiser des présences ponctuelles : elle construit en Chine un réseau d'acheteurs, de showrooms, de médias et de partenaires industriels pour transformer la visibilité des créateurs en développement durable.

SHANGHAI : UNE DEUXIÈME IMMERSION, DES OPPORTUNITÉS CONCRÈTES

Cette seconde immersion a marqué une étape importante : pour la première fois, Promas a inscrit son opération dans **le calendrier officiel de la Shanghai Fashion Week,** renforçant ainsi la visibilité institutionnelle des marques françaises au sein de l'un des principaux rendez-vous de la création en Asie. Press Day le 10 octobre, showroom professionnel les 11 et 12.
Promas a franchi une nouvelle étape en octobre : deux articles dans Vogue, un portrait collectif des cinq designers dans Fantastic Man China, un sujet dans OK!, des éditoriaux dans WWD China, Bazaar, Ladymax, W, Fantastic Man, Vivi, ainsi que de nombreuses prises de parole sur RedNote / Xiaohongshu et WeChat. : les univers des marques ont été portés auprès des professionnels et des publics chinois.

DES RETOURS QUI CONFIRMENT L'INTÉRÊT DU MARCHÉ

Pour **BAZISZT**, plus de 15 commandes sur la dure du programme :



Zied Ben Amor et invités. [Crédit photo : Bearboom]

« Nous avons reçu un très bel accueil pour notre collection SS27, avec un réel engouement pour notre univers créatif, nos broderies et le savoir-faire artisanal qui font l'identité de Baziszt. »
Zied Ben Amor · BAZISZT

Chez **COLTESSE**, les rencontres notamment avec Labelhood ont déjà permis de prolonger la relation au-delà de Shanghai :



[Crédit photo : Bearboom]

« Les retours sont très positifs et nous avons d'ores et déjà donné rendez-vous à Paris pour la présentation de la prochaine saison."
Florent · COLTESSE

Pour **LUDOVIC DE SAINT SERNIN**, plusieurs pistes sont déjà concrètes : un pop up store **avec le Monde de Shanghai s'est déroulé pendant la Fashion Week de Shanghai, une collaboration cosmétique et une introduction chez JOYCE à Hong Kong sont en discussion.**

Pour **MII COLLECTION**, le voyage ouvre également de nouvelles perspectives :



Bapan Dutta, MII COLLECTION. [Crédit photo : Bearboom]

« Je suis parti de Shanghai avec plein de perspectives pour le futur : comment mieux travailler avec le pays et comment mieux implanter la marque. »
Bapan Dutta · MII COLLECTION

Pour **LUDOVIC DE SAINT SERNIN**, plusieurs pistes sont déjà concrètes : **un pop up store avec le Monde de Shanghai, une collaboration cosmétique et une introduction chez JOYCE à Hong Kong.**

EGONLAB depuis mars à concrétisé deux commandes et se prépare à lancer pour 2027 une collaboration de marque inédite; sur cette édition d'octobre a bénéficié ainsi de placements auprès de personnalités artistiques chinoises telles que **Xiao Zhan et Lin Yunrui qui cumulent plusieurs millions de followers.**

Toutes les marques ont franchi une nouvelle étape avec **des premières commandes, des projets de pop-up, des collaborations et de nouvelles connexions avec des acteurs majeurs du marché chinois**.

Cette continuité illustre l'un des principes de Boarding Pass : ne pas considérer la Chine comme une destination ponctuelle, mais construire progressivement les relations, la compréhension du marché et les opportunités qui permettent à une marque de s'y inscrire durablement.

PROMAS ANIME UN RÉSEAU D'EXPERTS MARCHÉ

La présence de Promas en Chine repose donc sur une conviction : le développement d'une marque sur ce marché ne peut se résumer à un voyage de prospection ou à quelques jours d'exposition. Il suppose de construire des relations de confiance, d'identifier les bons interlocuteurs et d'assurer une continuité entre les rencontres, la communication et les opportunités commerciales.

Au fil des deux immersions de 2026, Promas a ainsi développé un réseau d'experts et de partenaires locaux mobilisant acheteurs, agents, concept stores, showrooms, médias, stylistes, KOL et acteurs industriels.
BEARBOOM, partenaire RP et influence en Chine, fait vivre la visibilité des marques dans la durée : demandes de shopping, placements de produits, mises en relation et conseil image sur les réseaux sociaux des marques.

Promas grâce à Bonjour brand a également ouvert sa vitrine sur REDNOTE (Xiaohongshu), plateforme incontournable de découverte des marques, de prescription et de conversation autour des nouveaux modes de vie en Chine. L'objectif pour Promas : **devenir un prescripteur incontournable de la mode masculine française auprès de l'écosystème mode chinois.**






Press Day, Shanghai Fashion Week, 10 octobre 2026. [Crédit photo : Bearboom]

Depuis son retour, Promas poursuit le développement de ses connexions avec des industriels et partenaires locaux afin de faciliter, dès 2027, l'émergence de nouveaux projets de pop-up stores, de collaborations et de licences. L'ambition est de proposer aux marques des voies de développement adaptées à leur identité, à leur maturité et à leurs objectifs sur le marché chinois.

«En 2027, nous souhaitons étendre, approfondir et enrichir notre collaboration avec la Shanghai Fashion Week, dont le rôle de partenaire privilégié de la coopération entre les industries de la mode française et chinoise prend une importance croissante.»

Hervé Huchet
Directeur international, Promas

LES CINQ MARQUES, COLLECTIONS SS27


EGONLAB


COLTESSE


BAZISZT


LUDOVIC DE SAINT SERNIN


MII COLLECTION

Collections SS27. [Crédit photo : Bearboom]

DE SHANGHAI À CHENGDU : NOUVEL HORIZON 2027

Fort de cette expérience, Promas ouvre les candidatures pour **Boarding Pass Chine 2027**, avec un programme désormais déployé dans deux villes. Nouvelle destination Chengdu, désormais le 3e marché mode de Chine en volume, affiche une croissance annuelle de +18 % sur le segment masculin créatif, avec des acteurs structurants comme SND, Harmay, The New, et un budget mode par habitant supérieur de +12 % à celui de Shanghai. Les deux villes génèrent 40 % des ventes nationales de designers indépendants.

SHANGHAI

Poursuivre les connexions engagées en 2026 avec les acheteurs, retailers, médias, stylistes, KOL et partenaires locaux, et inscrire les marques dans une présence régulière au sein de l'écosystème chinois.

CHENGDU

Ouvrir un nouveau territoire de prospection et d'immersion au sein d'une scène créative chinoise dynamique dans la mode, le design, l'art, la musique et les nouvelles cultures.



WHO IS READY FOR CHINA?

PROMAS recherche 4 marques françaises, masculines ou mixtes, dotées d'une identité forte, d'un univers singulier et d'une ambition internationale.

Les candidatures ouvrent du 31 octobre au 20 novembre 2026.
SHANGHAI + CHENGDU · BOARDING PASS CHINA 2027

Candidater : https://www.boarding-pass-promas-list.com/formulaire-inscription

À propos de Promos

Promas – Fédération française de la mode masculine accompagne les entreprises françaises du menswear dans leur développement en France et à l'international. À travers ses programmes d'accompagnement, ses showrooms, ses opérations de promotion et ses actions de soutien à l'export, PROMAS contribue à faire connaître et développer une nouvelle génération de marques françaises sur les marchés internationaux.

Contact presse : Guillaume Ruby, g-ruby@hotmail.fr, 0621679370