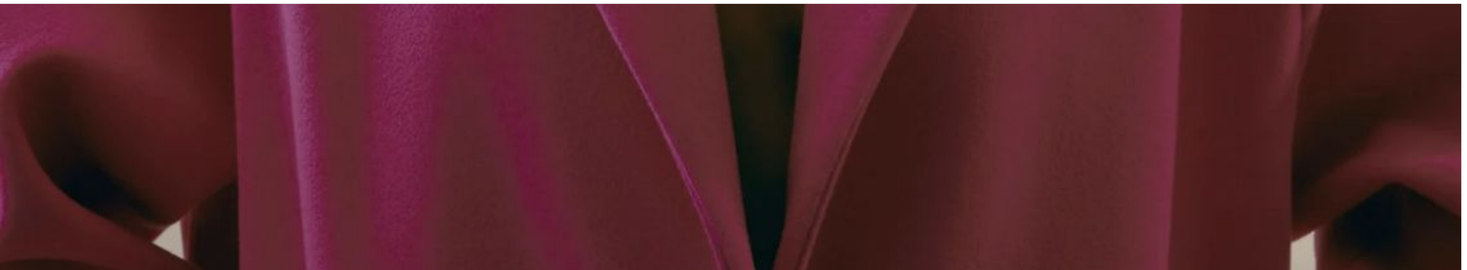
COMMUNIQUÉ DE PRESSE
PARIS, LE 13 MAI 2025

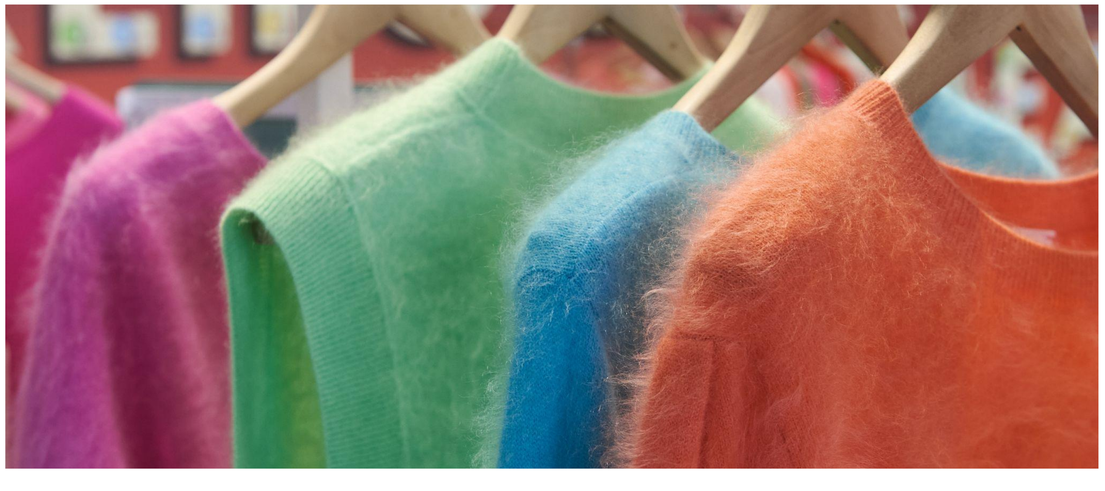
WSN prend une nouvelle dimension en devenant actionnaire majoritaire de Labomode Group, l’ éditeur de Fashop et PagesMode



Un pas de plus dans l’accompagnement de la filière mode

Un an après le succès de son partenariat phygital avec Ankorstore, **WSN franchit une nouvelle étape stratégique en entrant au capital de Labomode Group,** propriétaire des plateformes Fashop et PagesMode — deux références incontournables sur le marché des données des détaillants mode en France.

Ce rapprochement renforce la position de leader de WSN dans l’univers du wholesale et accélère la mise à disposition **de nouveaux outils à destination des marques et des détaillants.** Ensemble, les deux structures ambitionnent de booster la performance commerciale de tout l’écosystème mode, en proposant des solutions concrètes : **études de marché, outils de prospection, analyses de tendances pour les marques ;** leviers pour dynamiser le trafic en boutique et capter les signaux du marché pour les détaillants.



Un écosystème mode enrichi, des synergies renforcées

Grâce à cette prise de participation, WSN étoffe son offre de services 360° à destination de sa communauté tout en offrant à Labomode une nouvelle visibilité auprès des milliers d’acteurs qui composent la galaxie WSN.

Ce mouvement s’inscrit dans la vision portée par Frédéric Maus, à la tête de WSN : **faire de l’entreprise un partenaire agile et innovant pour accompagner une industrie mode en pleine transformation.**
Avec un passage de 2 à 12 événements par an, WSN s’est imposé comme un acteur structurant du secteur, capable de capter les mutations de l’industrie créative et d’y répondre avec **des solutions concrètes, toute l’année.**

« L’entrée au capital de Labomode Group marque une nouvelle étape dans notre stratégie d’apporteur de solutions concrètes. Fashop et PagesMode sont aujourd’hui des références incontournables de la data mode en France. Ce partenariat nous ouvre de nouvelles perspectives : intégrer l’intelligence artificielle à nos outils pour prédire et anticiper les tendances du marché, explorer de nouveaux secteurs et élargir notre champ d’action vers d’autres univers créatifs — mode, lifestyle, design — tout en accompagnant nos communautés sur de nouvelles zones géographiques. »

— **Frédéric MAUS, CEO du Groupe WSN**

« Je me réjouis de cette alliance naturelle entre Labomode Group et WSN, deux entités très complémentaires. Ensemble, nous mettons à disposition des marques des solutions concrètes et puissantes : Fashop et les salons WSN en BtoB, PagesMode en BtoC. Notre expertise digitale vient amplifier l’impact des événements physiques de WSN et offre aux marques un levier de développement supplémentaire, cohérent et performant. »

— **Philippe ZEDER,**
Fondateur et CEO de Labomode Group

À propos de Fashop

Fondé en 2001 par Philippe Zeder, fort de quinze années d'expérience dans le prêt-à-porter en tant que directeur commercial et franchisé, **Fashop s'est imposé comme un acteur clé de la data retail mode.**

Sa mission : fournir aux marques une vision stratégique de leur distribution. Grâce à une base de données exhaustive des boutiques multimarques de prêt-à-porter et de chaussures, **Fashop analyse avec son IA les assortiments de chaque revendeur pour cartographier** la concurrence directe en boutique et proposer, en retour, une base de prospection sur-mesure, alignée avec le positionnement de chaque marque.

Conçues pour les fabricants et distributeurs, les solutions Fashop optimisent la prospection, maximisent la présence commerciale et structurent une distribution sélective et performante des marques.

À propos de PagesMode

Créé en 2004, **PagesMode.com s'est imposé comme l'annuaire incontournable du shopping mode en France**. Facilitant la mise en relation entre les consommateurs et les boutiques physiques, il guide les internautes à la recherche de leurs marques préférées vers les boutiques les plus proches.

Le succès du concept repose depuis sa création sur la gratuité du référencement des marques et des points de vente grâce à son partenariat publicitaire Google®AdSense.

En mai 2024 a été mise en ligne la nouvelle version du service destinée à renforcer sa stratégie de référencement organique avec une ergonomie orientée smartphone. En franchissant la barre des 100 millions d'impressions dans les résultats de recherches Google en 12 mois, le succès est au rendez-vous avec une croissance de 30% de sa fréquentation.

En 2025, PagesMode lance le CLUB PM, un Dashboard réservé aux 30.000 professionnels inscrits sur sa plateforme. Cette interface permet de gérer ses informations, d'accéder aux statistiques des recherches des internautes, de répondre aux recherches de pièces des consommateurs, de suivre l'info pro via la newsletter et le compte Instagram dédié.

De nouveaux services viendront au fil de l'année compléter le Dashboard CLUB PM qui a vocation de s'inscrire comme l'outil quotidien des acteurs de la mode.

À propos du groupe WSN whosnext.com

Depuis plus de 35 ans, nous imaginons et concevons des rendez-vous qui inspirent, connectent et célèbrent la créativité.

Nous sommes des passionnés.

Positionné à l'intersection de la mode, du design, du lifestyle et de la culture, le Groupe WSN propose des expériences qui unissent business et émotions.

Nous accompagnons marques, distributeurs, talents émergents et professionnels des industries créatives.

En 10 ans, nous sommes passés de 2 évènements à 12 évènements annuels, tous très différents et uniques, créés pour répondre aux multiples attentes des industries créatives.

Nous avons lancé avec succès de nouveaux formats : Matter & Shape, DRP…

Au-delà de ces 12 rendez-vous et de notre rôle de connecteur, nous avons voulu aller encore plus loin et proposer également des solutions concrètes en continu : WSN Academy, RUN, des partenariats avec Ankorstore et Ulule…

La pluralité de nos entités est donc une force unique.

À Paris et à l'international, tout au long de l'année, chaque rendez-vous, petits et grands, sont autant de réponses aux problématiques diverses de nos clients et du marché.

L'évolution du groupe WSN:

→12 événements annuels, contre 2 il y a quelques années.
→D'organisateur à opérateur de salons.
→Développement de 4 solutions concrètes.
→Des partenariats stratégiques avec l'ANDAM, Ankorstore, Ulule…
→Un visitorat global de 150 000 professionnels chaque année.

Contact Presse

HOWLETT-DUBAELE / Hugo Howlett
hugo@howlettdubaele.com
+33 6 18 08 10 55