

inter sélection

20-21-22 Oct. 09

Paris Porte de Versailles



BILAN OCTOBRE 2009

Aux couleurs de "La parisienne", Interselection a donné des envies de Mode à un visitorat plus international, qui a plébiscité style et qualité pour redonner du tonus à la consommation.

C'est en effet la surprise de cette dernière session, la tension sur les prix ne semble plus être la panacée pour combattre la crise. Autour d'un forum de tendances, vitrine du salon, les acheteurs ont compté sur leurs coups de cœur et leurs intuitions de mode. Ils ont favorisé les couleurs tendres et les petites pièces imprimées, la fraîcheur des robes fleuries ou néo-vintage et un classicisme renouvelé mais rassurant pour les pièces à manches, le cuir et l'accessoire. Ce forum mode a été un excellent amplificateur de business pour les exposants. Il a été réinventé pour répondre aux mutations des goûts consommateurs de plus en plus averti et sensible à la théâtralisation des produits.

L'accompagnement du salon auprès des acheteurs, à travers la mise en place de « MEET FASHION », a été générateur de nouvelles rencontres positives. Les acheteurs internationaux, plus nombreux cette session et à la recherche de Mode, ont permis aux collections les plus travaillées mais au juste prix de trouver de nouveaux clients plus pointus. Les enseignes françaises étaient toutes présentes, mais en équipe réduite, ce qui a provoqué une baisse globale de 15% de la fréquentation.

Le visitorat du salon s'est diversifié, et en particulier les acheteurs des sites de Mode et d'accessoires en ligne (VAD), de plus en plus nombreux sur le salon. Ces nouveaux acheteurs, très réactifs, sont à la recherche de partenaires sensibles aux tendances les plus pointues pour redonner du dynamisme à la consommation. C'est également le cas des chaînes de magasins moyen de gamme, ou de grandes diffusions, à la recherche de prix mais aussi d'originalité des produits. Le salon a également attiré des détaillants exploitants plusieurs magasins. Les collections de créateurs, proposées pour la première fois sur le salon, ont établi dans ce climat favorable, des contacts positifs. Fabricants et créateurs de ces collections ont ainsi prouvé leur adaptabilité réciproque pour aboutir à des concepts forts, au mieux disant éthique ou écologique mais à prix accessible pour la grande distribution.

Enfin les pays représentés sur la zone des accords d'Agadir, Egypte et Jordanie, ont séduit par leur qualité de présentation et leur professionnalisme, offrant de nouvelles possibilités de sourcing de proximité et également une offre de basique pour les hypers et les supers. Les exposants de Tunisie et du Maroc ont approché de nouvelles centrales et de nouveaux marchés surtout sur la lingerie et les collections de jeans proposant des finissages et des modèles créatifs.

Les conférences sont devenues le passage obligé et nécessaire à la réflexion et aux rencontres professionnelles pour tous les acteurs du salon. Elles ont fait le plein d'auditeurs et en particulier la conférence de tendances de Peclers proposant des pistes créatives pour les saisons 2010/11.

Prochain Rendez vous
13.14.15 AVRIL 2010
www.interselection.net

Relations presse / Christine Delattre Communication
Christine Delattre
c.delattre.presse@orange.fr
T. +33 (0)1 41 41 07 54 / P. +33 (0)6 60 70 21 72
Solène Guillot
solene.presse@orange.fr
P. +33 (0)6 83 62 12 35