

**APPAREL SOURCING PARIS  
SHAWLS&SCARVES PARIS  
11-14.02.2019, Le Bourget, Paris**

**LES CHIFFRES : une session active et dynamique**

13 929 visiteurs ont participé à The Fairyland for Fashion. Un nouveau record d'affluence avec une augmentation de 2,35% par rapport à février 2018. Les salons de Messe Frankfurt France maintiennent leur dimension de plateforme business internationale pour les industries de la mode.

*« Le marché s'est très rapidement mobilisé. Les acheteurs avaient la volonté de vérifier la faisabilité de leurs projets et de préempter des exclusivités. Les professionnels avaient déterminé, en amont, leurs types de recherches et souhaitaient les matérialiser au plus vite. Nous avons été dès les premières heures au cœur de nos métiers : les échanges et le business. L'atmosphère est restée très affairée. Les donneurs d'ordres sont venus au salon d'abord pour travailler et satisfaire leur curiosité. Je suis heureux de constater le plein effet de notre stratégie : encourager le contact avec les matières, les savoir-faire et ceux qui les détiennent. C'est un chemin que je souhaite poursuivre coûte que coûte, car rien ne remplace un dialogue avec la matière et l'humain. L'appétence presque fébrile des visiteurs dans les allées dès les premières heures du salon m'y encourage. »* commente Michael Scherpe, Président de Messe Frankfurt France.

Messe Frankfurt France S.A.S.  
1, avenue de Flandre  
75019 Paris – France  
info@france.messefrankfurt.com

TOP 5 : 1 - France, 2 - Espagne, 3 – Royaume-Uni, 4 – Turquie, 5 – Italie

L'Europe gagne près de 2% de visiteurs. Cette édition confirme l'intérêt des marques françaises pour les salons de Messe Frankfurt France avec une deuxième augmentation, à nouveau de 7% comme en février 2018. Le retour significatif du visitorat espagnol prend l'ascendant sur le Royaume-Uni (Brexit) et la Turquie (livre turque). L'Italie, quant à elle, reste très stable, mais enregistre la plus belle croissance de ce classement avec près de +12%. Notons la fréquentation particulière des Pays-Bas (+11%). Une bonne tenue de l'Europe de l'Est avec la Pologne (+5%), la Biélorussie (+14%), la Bulgarie (+10%). L'Irlande et la Grèce tirent également leur épingle du jeu (+7% et +8% respectivement).

Le Portugal s'illustre avec +44%, ce qui témoigne de la montée en puissance de ce pays dans la production d'habillement.

Les bonnes surprises viennent :

- du continent américain où les cinq premiers pays (Brésil, USA, Colombie, Canada et Mexique) font tous preuve d'une hausse de fréquentation. A noter, le bon score du Brésil (+22%). Les USA sont restés fidèles aux salons en confirmant leurs excellents résultats (+20%) depuis février 2017. La Colombie (+9%) et le Canada (+6%) amplifient leur participation.

- de l'Asie, elle aussi enregistre une bonne progression globale de 14%, et plus particulièrement pour l'Inde (+13%), la Corée du Sud (+6%), Israël (+4%). Mention spéciale aux visiteurs japonais (+30%), qui avaient réduit leurs venues après les événements tragiques de 2016 et ont repris le chemin des salons du Bourget. Enfin, une forte croissance des acheteurs chinois a été remarquée, le calendrier était plus favorable.

### **Apparel Sourcing et Shawls&Scarves Paris : énergie et découvertes au programme**

La 16<sup>e</sup> édition des salons Apparel Sourcing et Shawls&Scarves Paris, avec respectivement 366 et 26 exposants, a plus que jamais démontré son importance mondiale de premier plan dans la confection du vêtement et de l'accessoire textile.

Un atout flagrant dès l'ouverture. Les visiteurs se sont montrés très actifs très rapidement dans les stands des exposants avec une effervescence ressentie pratiquement pendant la durée de l'événement. L'offre d'Apparel Sourcing Paris, très variée en termes de spécialités (du costume au sportswear en passant par le sous-vêtement et le flou), de techniques (tailleur, tricotage, accessoires, etc.), de gammes (homme, femme, enfant), s'adresse à tous les budgets. Cela a permis aux acheteurs d'envisager sereinement la fabrication des collections à venir. Ils ont tout de suite entrepris de voir leurs fournisseurs habituels tout en gardant un œil attentif aux nouvelles propositions.

*« Une ambiance active et positive a présidé cette session de février. Est-ce parce que les dates étaient un peu plus tardives dans le calendrier de l'industrie ? Les marques avaient-elles hâte de concrétiser ou d'assurer leurs objectifs ? Il semble aussi que le marché souhaite mieux répondre aux exigences des consommateurs (co-design, durabilité, robustesse), d'où l'émergence de nouvelles démarches auprès des fournisseurs pour confirmer leurs capacités à y répondre. C'est surtout vrai avec les fournisseurs usuels avec qui le dialogue est facile. Je suis toujours satisfait cependant, de voir que les visiteurs ont toujours la même curiosité face à de nouveaux pays ou confectionneurs que nous dénichons pour eux »,* relève Michael Scherpe, Président de Messe Frankfurt France.

Devenues quasiment une signature d'Apparel Sourcing Paris, les représentations de pays à forte potentialité alternative ont eu encore une fois la faveur des donneurs d'ordres.

Ainsi, le retour de l'Ethiopie n'a pas échappé à l'intérêt aiguisé des visiteurs. Monsieur Anteneh Alemu, Directeur Adjoint de la Commission éthiopienne des investissements (EIC) s'est enthousiasmé de l'attrait suscité par les cinq entreprises qui formaient le pavillon national. Celles-ci constituaient un excellent panorama de ce que peut offrir les industries de l'habillement de ce pays aux perspectives d'avenir audacieuses.



*Desta Garment, Eltex Textile and Garment et Velocity Apparel*, confectionneurs plutôt casual reflétaient l'entendue des spécialités vestimentaires : du sportswear au denim. Les accessoires textiles de *Village Industry* ont confirmé leur succès de février 2018, et les savoir-faire traditionnels locaux ont pu s'exprimer grâce aux collections de jeunes marques de mode. Pour être exhaustif sur l'offre éthiopienne, il faut noter la toute première représentation de leurs tissus sur Texworld Paris.

Le Cambodge a lui aussi su tirer son épingle du jeu. Son offre extraite d'associations de tisseurs de soie à la main a rencontré un très vif engouement. Principalement axée sur les écharpes et les étoles, ce sont finalement les tissus à motif ikat qui ont remporté la mise. Ce phénomène, étonnant dans un salon dédié à la confection, démontre bien la porosité des différents univers de The Fairyland for Fashion. A noter la très bonne performance de la collection de bijoux à base de métal, récupéré des mines de la guerre civile cambodgienne, imaginée par *Rajana Association*.

La Chine, toujours premier fournisseur de vêtements pour la France et l'Europe en 2018, reste bien sûr l'un des piliers de l'industrie vestimentaire. Elle continue d'engranger les collaborations avec des marques de mode occidentales. Jill Jiang de *Shao Weihong* estime qu'Apparel Sourcing Paris est un « *grand salon, très bien organisé, avec un visitorat très calibré* » ce qui permet des gains de temps considérables. D'autres grands pays habitués du salon, présents en pavillon comme le Bangladesh ou le Pakistan, n'ont pas été en reste. Monsieur Pasch du teinturier pakistanais *Sarena* constate « *depuis 15 ans, nous n'avons pas trouvé meilleure façon de rencontrer nos clients* », rejoint par Murat Kungil de *Lamartex*, spécialiste du chaîne et trame en coton, qui voit que « *le salon est un atout majeur pour notre entreprise depuis maintenant 16 ans* ».

L'unique exposant jordanien, *Al Samah*, et sa collection de bas sophistiqués ont fait fureur. L'intime, la proximité avec la peau était d'ailleurs une des

thématiques centrales dans les projets des visiteurs comme le maillot de bain, plus particulièrement l'athlisme et le sportswear qui semblent avoir dominé les nouvelles prospections des marques. Saisonnalité oblige ?

Dans le secteur Accessories, dédié aux articles complémentaires au vêtement comme les sacs, les ceintures, les chapeaux, les gants..., le vestiaire masculin (casquettes en tête) semble avoir focalisé les demandes, tout comme les produits à forte connotation vintage mais twistés.

L'été 2020 était bien dans l'esprit des donneurs d'ordres. Ainsi, Shawls&Scarves Paris a très bien fonctionné grâce à son offre étoffée d'écharpes et d'étoles en cotonnade, principalement indienne, mais aussi chinoise. Le nouveau parcours « Artisanat », réunissant les savoir-faire au sein de tous les salons de The Fairyland For Fashion, a accueilli les soies du cambodgien *Khmer Artisanry* apportant aux tenues « *une plus-value grâce à leur fabrication à la main* » selon la dirigeante Seila Polham. Les marques de prêt-à-porter tirent un avantage réel de l'apport de ces savoir-faire traditionnels, même en détail, grâce à l'intervention si prisée de la main.

Autre parcours très suivi cette session, celui du Sourcing Durable, LE grand sujet de cette session de février 2019 qui formait presque un fil « vert » commun aux divers univers de The Fairyland for Fashion.

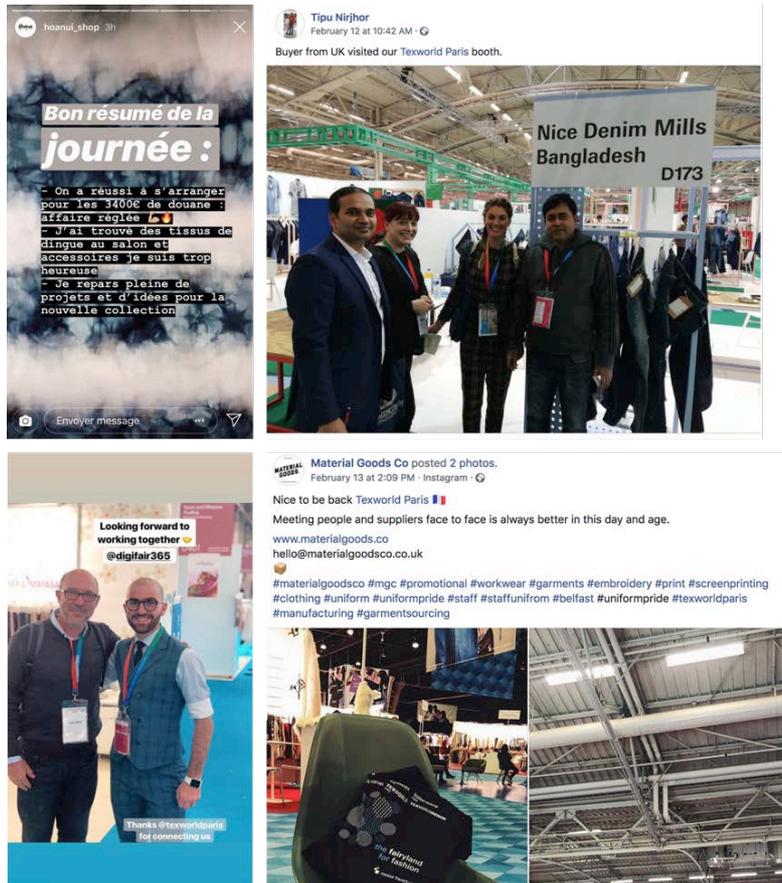
Le secteur Services powered by Mouvtext axé sur les services nécessaires à la bonne marche des entreprises, et développé dans tous les salons de The Fairyland for Fashion, a également pris une teinte très créative. Aux côtés de grands prestataires en logistique comme *Bolloré Logistics*, le sourcing et la mise en relation, comme *Mouvtext* ou *textileaddicts.com*, ou encore les certifications de *QIMA*, se sont ajoutés des acteurs spécialisés dans la création et le style avec les écoles de mode (ESMOD et AICP), des entreprises de formation et de conseils *OsmoZ Group* ou *P&C Partners* qui misent sur les conseils en création et en communication. L'une des fondatrices de *P&C Partners*, Marie-Aude Poulain, explique sa surprise : « *nous avons une expertise conséquente sur la Chine, mais contre toute attente ce sont le Pakistan ou le Bangladesh qui ont repéré nos services stylistiques et de création, ou encore l'Ethiopie très intéressée par notre volet communication* ». Même si ce secteur est un peu à part par rapport à l'offre générale, la qualité du visitorat a convaincu une majorité d'exposants.

Les défilés et conférences dédiés à l'actualité des industries de la mode n'ont pas démerité, tout particulièrement ceux liés aux savoir-faire mâtinés de créativité, comme le défilé Medley Pays qui regroupait des créateurs éthiopiens, cambodgiens et chinois ou le défilé des talents de Montfermeil. La conférence sur les atouts de l'Ethiopie – décidément un pays qui capte l'attention – a été très suivie. Celle des savoir-faire et patrimoines du monde, se tenant pourtant le dernier jour du salon, a laissé une empreinte durable sur l'auditoire.

**Prochaine édition des salons Messe Frankfurt France  
Du 16 au 19 septembre 2019 à Paris, Le Bourget**

Sites internet :

[Apparel Sourcing Paris](#)  
[Shawls&Scarves Paris](#)



Crédit photo : Messe Frankfurt France

Apparel Sourcing Paris, Avantex Paris, Leatherworld Paris, Shawls&Scarves Paris, Texworld Paris et Texworld Denim Paris forment The Fairyland for Fashion organisé par Messe Frankfurt France, dans un même lieu, aux mêmes dates, et dont l'entrée est gratuite sur présentation d'un justificatif professionnel.

Toutes les informations sur les salons textiles organisés par Messe Frankfurt dans le monde sont disponibles sur la nouvelle plateforme : [www.texpertisenetwork.messefrankfurt.com](http://www.texpertisenetwork.messefrankfurt.com)

### Messe Frankfurt en chiffres

Messe Frankfurt est le leader mondial de l'organisation de salons, de congrès et d'événements parmi les organisateurs ayant leur propre parc d'expositions. Avec plus de 2 500\* employés répartis sur 30 sites, Messe Frankfurt dégage un chiffre d'affaires annuel d'environ 715\* millions d'euros. Le groupe peut s'appuyer sur une connaissance profonde des secteurs couverts et sur son réseau de distribution international pour soutenir les intérêts économiques de ses clients avec efficacité. Une offre de services complète – sur site et en ligne – garantit aux clients du monde entier un niveau de qualité toujours élevé et une flexibilité maximale dans la planification, l'organisation et le déroulement de leurs événements. La gamme des services proposés va de la location de surfaces aux prestations de marketing, en passant par la construction de stands, les services personnels ou la restauration. L'entreprise a son siège principal à Francfort-sur-le-Main. Elle est détenue à 60 % par la ville de Francfort et à 40 % par le Land de Hesse.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur: [www.messefrankfurt.com](http://www.messefrankfurt.com)

\* Résultats provisoires 2018

Contact –presse :

RE ACTIVE – Frédéric Pellerin – [fpellerin@re-active.fr](mailto:fpellerin@re-active.fr) & Dimitry Helman – [dimitry@re-active.fr](mailto:dimitry@re-active.fr) – +33 1 40 22 63 19

Messe Frankfurt France – Cassandra Galli – [cassandra.galli@france.messefrankfurt.com](mailto:cassandra.galli@france.messefrankfurt.com) - +33 1 55 26 61 39