

AVANTEX 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.

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.

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

Avantex Paris fait carton plein avec le développement durable comme leitmotiv

Fidèle à son concept d'avant-garde technique et technologique, la 8^e édition d'Avantex Paris, le salon des services et procédés innovants pour tous les secteurs de la mode, a rencontré, comme chaque session, un public passionné à la recherche de solutions originales. Une réussite sur tous les plans, visible aussi bien dans les allées que sur son Agora dédiée, où les conférences n'ont pas désempli au fil des journées.

« *Avantex Paris s'est trouvé au cœur des temps forts de nos salons avec le développement durable si fortement recherché par nos visiteurs. Le salon a bénéficié d'une excellente fréquentation et d'un dynamisme lié à un visitorat très varié, constitué de directeurs de l'innovation, de chercheurs, d'universitaires, d'ingénieurs, de consultants, d'acheteurs de marques de mode, évidemment ! Ils sont venus rencontrer start-up, centres de recherches, écoles, et - bien sûr - des producteurs de matières. De tels exposants et visiteurs constituent un réseau unique et fidèle à ce rendez-vous. Un bon résultat renforcé par ce vecteur d'idées issues des conférences qui ont toutes inclus l'écologie dans leur débat* », retrace Michael Scherpe, Président de Messe Frankfurt France.

L'ambiance, comme la plupart des salons de The Fairyland for Fashion, était à la satisfaction générale. Claude Corbière, gérant de Cortex, spécialiste du plissage se félicite « *d'une participation très internationale qui se révèle meilleure session après session.* ». « *Cela reste pour moi la manifestation de référence consacrée aux textiles et tissus techniques* » ajoute Joe Huang, directeur des ventes de la société chinoise de tissus à fonctionnalités *Liansheng Textile*, qui se réjouit de ses contacts tissés avec l'Europe et les Etats-Unis. L'indien *Reliance Industries*, spécialisé dans l'innovation et le développement durable, et le taïwanais *Wisher Industrial* avec ces tissus à base de polyesters recyclés ont particulièrement contribué au contentement des visiteurs dans leur démarches vers plus de produits éco-friendly et innovants.



by-wire.net



ESMOD – Veste de Lorena Mazo-French

En symbiose avec les tisseurs internationaux, les entreprises françaises ont su attirer le regard perspicace des donneurs d'ordres. La start-up *Gorfoo*, arrivée seconde au dernier Avantex Fashion Pitch, a enregistré beaucoup de demandes sur une matière alternative au cuir, réalisée à base de chanvre. *La Fashiontech* associée à l'imprimeur 3D *Quatre carré* a fait stand plein sur ses applications dans les matières et les vêtements. Des impressions à base de coquilles d'huître y ont fait sensation. Le concept de *Zero Waste Design*, illustré par des créations de designers venus du monde entier, a capté l'attention de nombreuses marques de mode.

Belle démonstration collective sur le stand du Sustainable French Savoir-faire concocté par l'alliance *CETI / ESMOD / TECHTERA*. Le recyclage y était présent grâce au Centre Européen du Textile Innovant avec de nouvelles fibres issues de la récupération et l'école *ESMOD* avec la tenue de Lorena Mazo-French réalisée dans un matériau à base d'emballages de gâteaux apéritifs et de barres chocolatées. Très joyeux et énergique à l'image de l'atmosphère générale du salon.

Dans la partie Avanprint, l'imprimeur italien *MS Printing Solutions* avait mis en action une de ses imprimantes jet d'encre qui permet d'éviter l'utilisation d'eau tout en limitant la quantité d'encre utilisée.



Visiteurs comme exposants sont unanimes, le cycle de conférences est certainement un atout de poids pour Avantex Paris qui a su initier ce véritable rendez-vous. Avec une douzaine de tables-rondes et présentations réparties tout au long des quatre journées, l'Agora Avantex s'est distinguée par la qualité de ses intervenants et des discussions engagées, véritables sources d'inspiration pour les professionnels venus y assister, tout comme pour certains exposants qui ont souhaité aménager leurs agendas pour être présents à ces rencontres.

Les thématiques centrées sur l'environnement et les pratiques vertueuses (Quelles fibres et filières à privilégier pour une mode qui se recycle ? ou Co-design et autres composantes clés d'une collection qui marche à l'ère des réseaux sociaux ? par exemple) ont rencontré un grand succès auprès du

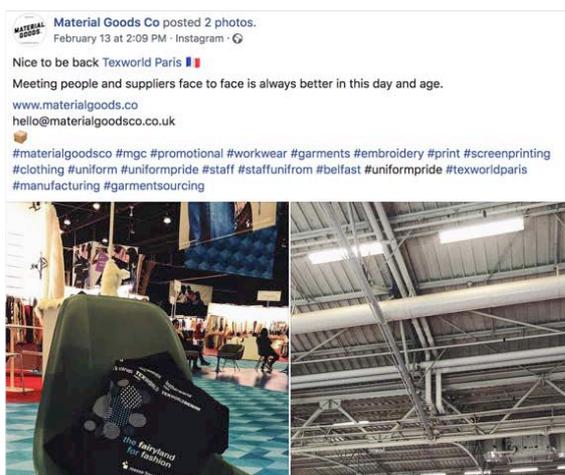
public, au même titre que les horizons marché (Qui sont les consommateurs 2030 ? par le R3iLab), ou encore la distribution à l'ère des assistants virtuels et des robots, sans oublier les dimensions bien-être et santé (Le textile innovant au service du bien-être). Les défilés Zero Waste Fashion Designers et Design & Research in Fashion Technology de *By-wire.net* ont propulsé les spectateurs dans la mode de demain.

La « green fashion » a apporté un air de changement à Avantex Paris, premier salon des industries de la mode à s'être approprié ces attentes sociétales et les acteurs du marché s'en sont bien rappelés.

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

Site internet :

[Avantex Paris](http://www.avantexparis.com)



Crédits photos : 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

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

* Résultats provisoires 2018

Contact –presse :

RE ACTIVE – Frédéric Pellerin – fpellerin@re-active.fr & Dimitry Helman – dimitry@re-active.fr – +33 1 40 22 63 19

Messe Frankfurt France – Cassandra Galli – cassandra.galli@france.messefrankfurt.com - +33 1 55 26 61 39