

TEXWORLD PARIS
11-14.2.2019, 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

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

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.

Texworld Paris : une atmosphère décomplexée et optimiste

La 44^e édition de Texworld Paris, où se sont regroupés 699 exposants issus de 20 pays, était placée sans conteste sous le double signe de l'énergie et du développement durable.

L'énergie, car dès l'ouverture du salon, une atmosphère industrielle s'est installée durablement. Les donneurs d'ordres ont exprimé leur détermination à trouver rapidement les meilleures solutions pour leurs projets. Très convaincus, ils souhaitent confronter leur vision avec l'offre du salon afin de s'assurer les meilleures affaires. Ce travail de conception en amont du salon, plus significatif qu'auparavant, leur a ensuite laissé le temps pour la découverte.

« Suivre de près les marchés est l'une des forces des salons de Messe Frankfurt France. Texworld Paris bénéficie incontestablement de cet atout. Dès 2009 nous avons mis en place une série d'animations pour promouvoir les matières écologiques et accorder une place visible au développement durable. Nous faisons partie d'un groupe mondial né en Allemagne, pays très sensible au développement durable. En pionnier, il y a 10 ans, nous avons senti que cette notion était en train d'interroger fondamentalement le monde. Nous avons été un des premiers à sauter le pas. Nous avons donc mis en place un parcours et des forums spécifiquement dédiés à cette conception de croissance. Je me réjouis de cet engouement si fortement ressenti cette session. » souligne Michael Scherpe, Président de Messe Frankfurt France.

Les matières éco-friendly à la une

« Cette saison a été marquée par l'intérêt grandissant du public pour la production durable et responsable » résume Alice Wong de l'imprimeur chinois *Chicley*. Une demande qui s'articulait sur plusieurs axes : les matières naturelles, les process vertueux, l'obtention de labels, et la notion assez nouvelle auprès des visiteurs de recyclage des fibres. *« Certains clients viennent uniquement chercher ceux dont la production innovante respecte la nature, les produits recyclés ou biologiques »* indique Aditya Sawant en charge du stand de *Nahar Industrial Enterprises*, un grand groupe textile indien. Des recherches grandement aidées par le Parcours Sourcing Durable qui met en valeur les exposants respectant des critères en termes de matières « vertes », de procédés écologiques, ou encore des normes sociales transparentes.

Parallèlement à cette tendance, et toujours très en phase avec le salon Avantex Paris, les tissus ou méthodes de fabrication incluant de l'innovation ont attiré l'attention du visitorat. *« Nos textiles en découpe laser tridimensionnelle font partie de nos best-sellers de la saison »* constate Hussain Al Beer, responsable des matières premium chez le dubaïote *Yaser & Mayasa*.

Il confirme également la bonne tenue des affaires et la place internationale si spécifique de Texworld Paris : *« Le salon est bon et très international. C'est plus compliqué ailleurs d'avoir les contacts obtenus cette session à Texworld ! »* Présent pour la première fois au salon, l'éthiopien *Arba Minch Textile*, dont l'adjointe du directeur est ravie d'avoir des bonnes relations nouées avec des Anglais, des Italiens et même des Turcs.

Et pour certains, les très bonnes opportunités de rencontres sont également dues à la gratuité (sur présentation d'un justificatif professionnel) du salon, car cela en facilite grandement l'accès. La beauté et le confort induits par la scénographie – très remarquée cette édition – semble aussi jouer son rôle : «

l'environnement est attrayant, confortable, optimiste, et cela agit favorablement sur les relations clients/fournisseurs » explique Monsieur Osman, le propriétaire de ROF Tekstil entreprise de tricotage turque.

La satisfaction générale à propos du salon fait état d'un excellent point de rencontre pour la clientèle habituelle, mais aussi pour engranger de nouveaux contacts essentiellement internationaux. Chez le brodeur main indien *Ankita Exports*, fidèle à Texworld Paris depuis ses débuts, c'est une évidence : *« nous sommes là pour voir notre portefeuille de clients qui vient ici très régulièrement. C'est aussi la diversité des nationalités et des marques qui nous intéressent. En tant que brodeur main, on pourrait nous cantonner dans le soir et cocktail, ou le mariage, mais les marques de prêt-à-porter ne sont pas en reste et nous abordent pour élaborer ensemble des détails vestimentaires qui feront la différence. »*

C'est l'une des raisons qui a prévalu à la création du tout nouveau Parcours Artisanat, qui chemine entre Texworld Paris, Appareil Sourcing Paris et Leatherworld Paris, et se focalisait cette année sur les savoir-faire main. A Texworld Paris, il englobait notamment des brodeurs indiens, un must !

Pour résumer : *« Etre là accroît le nombre de clients »*, proclame Jack Lee, le directeur Général Adjoint de Dong-A T.O.L spécialiste coréen du tissu à fonctionnalités. Un secteur très visité puisque dans les demandes, les matières liées au sport et aux loisirs étaient d'actualité. Certains exposants avaient apporté leurs développements, réservés à l'armée et la protection, afin de montrer l'étendue de leur savoir-faire et de démontrer leur application dans la mode.



ELITE, le secteur des entreprises offrant à leurs clients une grande palette de services annexes enregistre les mêmes niveaux de satisfaction, tant au niveau des affaires que des contacts établis.

« La grande diversité d'exposants et la taille du salon permettent de varier les propositions créatives » explique Oscar le responsable du stand du convecteur néerlandais spécialiste du lin *Northen Linen* ; *« Il faut dire que la saison d'été est capitale pour les exposants de tissus légers comme le lin »*.

Kevin Hsueh du tisseur taiwanais *Artex Textiles* affiche sa satisfaction : *« Nous avons remarqué une augmentation des visiteurs par rapport à la*

session d'été précédente. Cela s'est traduit par une hausse des relations professionnelles concluantes ».

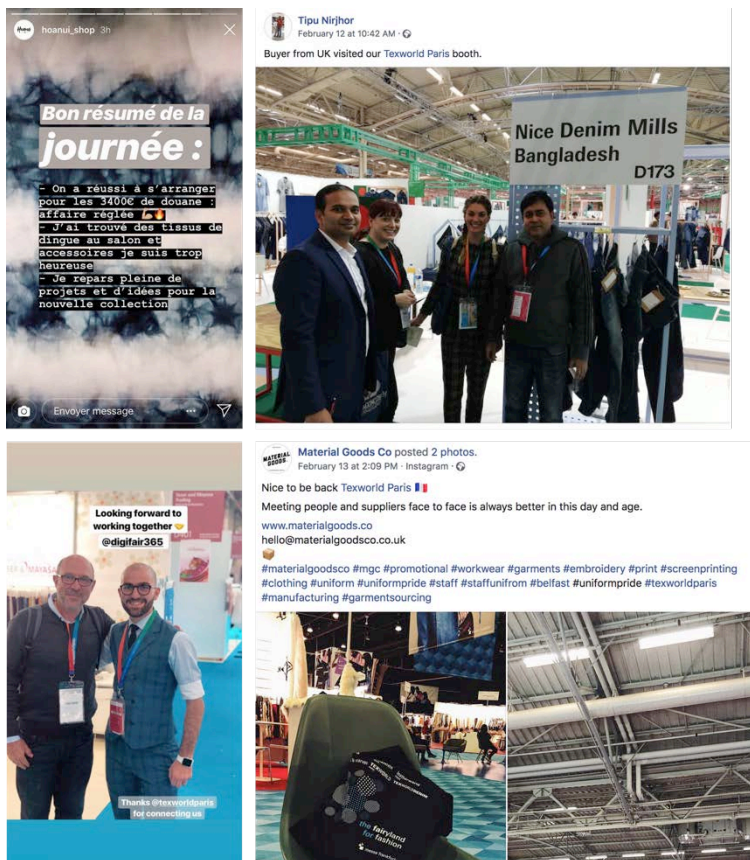


ELITE a cependant évolué avec le temps et semble être devenu le rendez-vous incontournable des grandes marques de mode mondiale qui comptent sur les expertises des exposants pour mener à bien leurs nombreuses collections. Cependant quelques exposants au savoir-faire particulier comme le dentelier/brodeur libanais *Kaskas* attirent toujours jeunes marques et créateurs indépendants. Omar Kaskas le directeur raconte, « *Nous avons vu tous nos clients et la saison fut bonne. Nous nous adressons surtout à de petites structures mais nombreuses et du monde entier ainsi nous travaillons avec l'Espagne, le Maroc, le Japon et l'Australie* ».

Les conférences ont également suscité un bel engouement. Les conférences « Source », les tendances printemps été 2020 réalisées par les directeurs artistiques, et celle de Pantone sur les couleurs ont fait le plein, ainsi que celle du 12 février consacrée à « Plus de services, un atout essentiel pour conquérir et pérenniser les marchés.

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

Site internet :
[Texworld Paris](#)
[Visuels des salons](#)



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

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