



LES PREMIERS PV AWARDS, DÉCERNÉS PAR UN JURY DE HAUTE VOLÉE
 1. The Grand Jury Prize 2009 revient au tisseur italien Ratti. 2. Quant à The Imagination Prize, il distingue une création du Suisse Jakob Schlaepfer. 3. The Innovation Prize est décerné à l'exposant japonais Iwanaka. 4. The Handle Prize est attribué au Japonais Showa. 5. Le jury, présidé par Véronique Nihanian, directrice artistique de la mode masculine chez Hermès (au centre), avec Hirofumi Kurino, senior advisor & creative advisor chez United Arrows ; Nicolas Lepoutre, coordinateur recherches matières chez Louis Vuitton ; Fabrizio Fiaccomio, senior designer et responsable recherches tissus chez Prada ; Marc Ossedat, styliste pour Le Printemps ; Kevin Tallon, creative intelligence manager, Central Saint Martins ; Pascaline Wilhelm, directrice mode de Première Vision. Manquent ici Oliver Horton, journaliste, et Florence Müller, historienne de la mode et professeur à l'IFM Paris.



Confiance retrouvée à Première Vision Pluriel

L'édition de septembre du salon a clairement tourné le dos à la morosité du début de l'année. Les différentes manifestations réunies sous la bannière Première Vision Pluriel ont généré 55 758 visites sur quatre jours. Retour et témoignages.

Une dynamique prometteuse. Sans fard, c'est ainsi qu'il est permis de résumer le climat d'affaires qui a dominé la dernière édition du salon Première Vision pendant quatre jours.

Côté organisateurs, la satisfaction est plus appuyée. L'appréhension pouvait être grande, vu la fragilité et les ambitions revues à la baisse de nombre de salons professionnels du secteur qui ont sensiblement réduit leur nombre d'exposants, y compris le flamboyant Bread & Butter à Berlin. Une bonne dynamique dit-on à Première Vision même si, comme le souligne Philippe Pasquet, président du directoire, « la prudence reste de mise dans un climat économique encore incertain ».

Dans ce contexte, la manifestation parisienne a effectivement tenu le cap. Consolidation du nombre d'exposants côté fils et tissus (682, soit une baisse de 5 %), introduction mesurée de 27 nouveaux tisseurs, pour une fréquentation dont beaucoup d'exposants admettent qu'elle a marqué enfin une rupture salutaire avec le creux rencontré en février dernier. Au total, 55 758 visites ont été totalisées pour l'ensemble du collectif Première Vision Pluriel

et son offre de 1600 exposants répartis dans les salons Première Vision, Expofil, Indigo, Cuir à Paris, Modamont et Zoom by Fatex. C'est 13,2 % de plus qu'en février. Les performances à dates comparables (de septembre à septembre) sont données salon par salon. D'où il ressort que seuls les tisseurs du Cuir à Paris demeurent sur une courbe ascendante avec + 5 % et 13 412 visites. Première Vision et Expofil sont à -11 % avec 39 200 visites. Indigo affiche 13 354 visites, soit une très légère baisse de -3,5 %. Idem pour Modamont. Avec 20 423 visites, le rendez-vous des spécialistes de l'accessoire pour la mode et les secteurs connexes de la maroquinerie et de la chaussure fléchit seulement de 3,2 % mais progresse de 6 % par rapport à février 2009. Certains stands ont même battu des records d'affluence, tel le fabricant japonais de rubans Shindo qui annonce une progression de 57 % par rapport à février et + 13 % par rapport à septembre 2008. « Un rapide coup d'œil sur les résultats affichés par d'autres organisateurs de salons atteste s'il en est besoin que cette édition est plus qu'honorable, tant par le niveau soutenu de l'offre que par l'ampleur de la fréquentation », résume Philippe Pasquet. ■

SID-ALI CHIKH

REGAIN DE FANTAISIE À MODAMONT

Brillance, surfaces métallisées, ornements très visibles :

les 250 fabricants d'accessoires réunis à Modamont confirment l'engouement pour l'anti-minimalisme. Un sondage bienvenu opéré sur le salon Modamont confirme ce qu'on voyait déjà poindre dans le tissu : la fantaisie et les décors s'affirment pour l'hiver 2010-2011.

De façon parfois inattendue, comme l'indiquent les fabricants sollicités pour des strass, des paillettes

y compris pour le masculin ! De façon plus transversale aussi. Le salon a ainsi été marqué par la recherche de procédés exclusifs qu'autorisent des technologies désormais bien au point ou des savoir-faire plus rares : sérigraphie numérique, jet d'encre métallisée, dorures sur plumes... Parallèlement, les accessoires sont tout autant concernés par la recherche de qualités naturelles et le développement durable. D'où le succès de la corne blanche ou de la nacre et des qualités certifiées, comme les rubans de la gamme Natural Series

du Japonais Shindo en 100 % coton et 100 % rayon. Dans le détail, on note un élargissement des boucles pour l'habillement et la maroquinerie. Les ceintures prennent également de l'ampleur et sont travaillées en ajouré. Les boutons ont un faible pour la nacre. Quand ils sont en résine, en corne ou en cuir, on les trouve agrémentés de textile (dentelles, velours...). Les accessoires textiles les plus remarquables sont chaleureux et moelleux et recourent le plus souvent à la laine, au velours et à la chenille.

CE QUE LES TISSEURS ONT PENSÉ DE CETTE ÉDITION



André Gamba
P-DG de Création
du Sidobre
(laine fantaisie)

Nous avons établi beaucoup de nouveaux contacts, près de 30 % de plus qu'en février. En général, il faut attendre quelques semaines pour voir les échantillonnages se traduire en commandes. Mais, une fois n'est pas coutume, je dois dire que depuis la fin du salon, les échanges avancent plutôt bien. Pour nous, c'est une très bonne édition. »

Giordano Sella
Responsable commercial
Marzotto & Figli (lainage)

Nous avons été rassurés en voyant les grands pays d'acheteurs – États-Unis, Grande-Bretagne, Allemagne, France également – et parfois en plus grand nombre qu'au Salon Idea Biella, notamment s'agissant des Américains. Après le salon de Milan, où nous avons totalisé environ 300 contacts, Première Vision apporte un complément très intéressant avec environ 200 contacts différents. »



Pierre Schmitt
P-DG de Philea
(soieries)

L'édition a été bonne. Il faut toutefois être prudent pour en mesurer les retombées. Notre contribution à la confection de la tenue des jupes des hôtes du salon nous a valu pas mal de visites. Et d'une façon générale, je note une forte composante internationale, Japon compris. Les Russes étaient moins présents mais concernant les pays d'Europe de l'Est, nous avons vu beaucoup de Polonais.

Côté business, ce qui se dégage vraiment, c'est une gestion très fine du risque. Autrement dit, les commandes sont de plus en plus fractionnées dans le temps, avec des volumes plus petits décidés presque toutes

les semaines. C'est un changement très important pour nous industriels car cela nous oblige à reprogrammer des machines pour quelques centaines de mètres. »



Thomas Dislich
Directeur de
Vicunha Europe

C'était une édition assez discrète mais vu le contexte, nous sommes repartis plutôt satisfaits, notamment après les deux premiers jours qui ont été très dynamiques. Le troisième était déjà plus calme et le dernier à oublier. Pourquoi ne pas organiser la manifestation sur trois jours ? Le marché en Europe s'est nettement concentré et je ne suis pas sûr que la tendance soit à une remontée spectaculaire du nombre de visiteurs et du temps passé sur le salon.

Toutefois, cette édition marque une rupture : j'ai vraiment le sentiment que quelque chose s'est passé pendant l'été. Au niveau économique global, on sort un peu du tunnel grâce aux milliards qui ont été injectés dans le système financier et dans les entreprises, on sent moins le poids des obsessions paralysantes du type : tel pays va-t-il s'enfoncer dans la récession, quelle confiance accorder aux banques ? La situation devrait reprendre si on considère que durant toute l'année, le mot d'ordre a été au déstockage.

En denim, nous voyons s'affirmer deux vagues bien esquissées depuis quelques mois, à savoir le stretch, y compris dans des mélanges de type polycoton, et le vintage. À charge pour les fabricants comme nous de doser la part de fantaisie qui se vendra plus cher en magasin que les basiques qui arrivent tout confectionnés du grand import. »

Werner Barovsk
Directeur de Seidra (lin/laine)

Une édition plutôt encourageante. Les grands clients internationaux, Américains et Japonais en tête, sont revenus. Les visi-

teurs ont été très intéressés par nos faux unis en laine mélangée. L'autre point fort de la saison étant les mélanges lin-laine avec Lybra sur des tissus maille. »

Piero Francescato
Responsable export de
Tessitura Monti (tissés teints)

Notre impression est positive. L'édition était de loin bien meilleure que celle de février et plus riche en visiteurs étrangers que Milano Unica. On commence à voir du nouveau avec des acheteurs qui sélectionnent très rigoureusement leurs tissus. Dans le tissu teint pour la chemise, nous vivons toujours une forte pression sur les prix. C'est ce qui nous conduit dans un positionnement où le service et la création sont nos meilleurs atouts, même si nous avons besoin de produire des volumes pour le milieu-haut de gamme. »

Anne Taupenas
Responsable de la création chez
Dutel Création (soieries)

Dans le large éventail de nos collections, depuis le poids chemisier jusqu'aux laines pour manteau, je note un grand intérêt pour nos tissus de laine costauds à grand motif. Plus généralement, le salon avait remis les couleurs éclatantes à l'honneur ; à voir les défilés de créateurs à Paris, on sent que c'est une tendance qui commencera très probablement dès l'été 2010. »



Olivier Bochart
P-DG de Trouillet
(tissés teints)

Nous sommes sur une baisse d'environ 10 % des visites sur le salon. Cela reste toutefois un excellent carrefour où nous avons vu tous les grands clients. Il n'empêche que la situation n'est pas satisfaisante. Je trouve que le climat du marché reste plombé, avec beaucoup d'hésitations chez les clients. On ne sait pas s'ils privilégieront les prix asiatiques.

En terme de tendance, c'est très difficile de se prononcer. Certes, on voit perdurer la recherche des carreaux et des imprimés. Mais l'impulsion mode est peu lisible. Sans doute est-ce le signe qu'il faut conforter Première Vision dans son rôle de premier signal mode, même si c'est encore le cas pour les collections de long terme. Une entreprise comme la nôtre, qui mise sur la fantaisie et la réactivité mode, doit travailler sur toutes les saisons, avec un rythme de cinq sorties de collections par saison plus les actualisations. Quand on offre cette qualité de service, on ne comprend pas les attermolements des enseignes, surtout que certains modèles comme Zara marchent encore à plein. Nous devons nous imposer avec le même credo, de la réactivité et des nouveautés permanentes. Pas question de couper dans l'effort de création pour se focaliser sur dix clients. »



Annette Walkers
Directrice export de
Santanense
(flat et denim)

Nous sortons d'une édition encore marquée par un climat d'affaires difficile où la question importante que l'on se posait il y a peu était de savoir si nous allions être payés par certains clients. Cela change. Et de ce point de vue, le salon a été un bon signal, notamment pour notre marché européen où nous voulons consolider nos positions commerciales. Dans ce sens, je constate un beau succès pour la gamme de couleurs de nos tissus flats en coton.

La prochaine édition de Première Vision au Brésil, dès janvier, est également une très bonne idée compte tenu du dynamisme de ce marché. Même si a priori je pense que l'audience aura du mal à grignoter sur l'Amérique centrale, où le salon colombien détient une place forte. Mais c'est déjà un potentiel énorme qui avait besoin d'un opérateur de renom. »

I ZOOM BY FATEX
Maçoniers français
d'opérateurs
Méditerranéens offensifs
t savoir-faire recherchés.
Zoom By Fatex, ultime
complément des salons
de Première Vision Pluriel,
confirmé son intérêt
auprès des marques
d'habillement que des
accessoires. Depuis leurs
salons, à l'occasion des
conférences qui ont animé
le salon quatre jours durant,
il pouvait repérer quelques
dynamiques prometteuses.
Côté français, on retient
par exemple les initiatives
collectives par lesquelles
certains fabricants décident
de promouvoir leur savoir-

faire complémentaire.
Notons ainsi le stand
partagé par les entreprises
Styl Couture (chemisier et
flou), LG couture (jupe, veste
et pantalon), Txm (jersey
lingerie, balnéaire) et
Le Carpentier (modélisme
à façon) pour couvrir
le plus large éventail
possible de solutions mode.
Quand ils ne se regroupent
pas, les façonniers trouvent
d'autres issues. Chez Vent
des Modes, Jean-François
Coulon, le P-DG, admet
s'être très largement ouvert
aux sollicitations de jeunes
créateurs : « Ces nouvelles
générations doivent savoir
qu'il existe à proximité des
solutions de fabrication pour

leurs collections. Nous
assumons prudemment
une part de risque avec
ce segment qui n'est pas
le plus fortuné mais qui
logiquement représente
le marché de demain. »
De Madagascar et de
Lituanie, dont les pavillons
regroupaient des majors
de l'habillement local,
les échos sont également
positifs. Dans le même
temps, devant des
auditoires très intéressés,
les fabricants du bassin
méditerranéen ont souligné
les nombreux attraits de la
fabrication de leur zone.
Côté marocain, un message
aura été entendu : celui de
Mohamed Alaoui, directeur

de la promotion de Sefita,
venu informer les marques
européennes que le Maroc
disposait désormais, grâce
à l'association du groupe
Chargeurs et de ses
marques (Avelana,
Roudière...) et du Marocain
Sefita, d'une capacité de
réponse enviable en matière
de production de tissus
de laine et de confection
de vestes et manteaux.
« Beaucoup d'enseignes
qui font fabriquer en Europe
de l'Est, où les coûts sont
à la hausse, ignorent cette
nouvelle donne marocaine
où, au même titre que
le jean, nous avons une
solution intégrée depuis le
tissu jusqu'à la confection. »

■ À SUIVRE EN BREF
- Le lancement par
la chambre de commerce
du district de Prato (Italie)
d'un système intégral de
recyclage de laine Cardato
CO2 neutral, présenté
à l'occasion du salon par
Riccardo Marini, P-DG
des tissages de laine
Marini & Ceccconi.
- La carrière des
dessinateurs lauréats
du prix Texprint remis sur
le salon Indigo par Harold
Tillman, président du
British Fashion Council
et président des marques
britanniques de luxe
Jaeger et Aquascutum.
- Les nombreuses
collaborations de la CELC,

Confédération européenne
du lin et du chanvre,
qui après l'exposition
des lins d'hiver offerte sur
son stand Première Vision
s'est rapprochée des
jeunes créateurs via
une participation au salon
Ethical Fashion Show
(1^{er}-4 octobre), où la CELC
a remis le prix de création
à la styliste britannique
Ada Zanditon pour
une collection conçue
en lin intégral.
- Attendu également,
le rapprochement
de la CELC avec la
bibliothèque internationale
des matières innovantes
pour le design, Material
Connexion.