

ZOOM

B Y F A T E X



Communiqué Bilan - 21 Sept. 2009

Première Vision Pluriel : une édition dynamique, marquée par de réels signes d'optimisme sur les marchés

Tonus, énergie, esprit positif, ardeur, punch, optimisme, combativité... quel que soit le mot utilisé pour le dire, exposants et acheteurs internationaux des salons de Première Vision Pluriel ont souligné l'ambiance stimulante qui a régné pendant les 4 jours de la session (15-18 septembre 2009). Un frémissement prometteur au regard du contexte économique, ressenti sur les 6 manifestations. Ensemble, elles ont enregistré 55 758 visites de professionnels de la mode, soit une progression de + 13,2 % par rapport à la session de février 2009.

Les nouvelles initiatives prises pour valoriser les synergies entre les différents salons (Plan guide interactif, parcours experts Pluriel...) ont apporté aux acheteurs une aide efficace pour organiser leur travail et se repérer rapidement dans l'offre des quelques 1600 exposants réunis à Première Vision Pluriel.

ZOOM BY FATEX

Le succès de ZOOM BY FATEX confirme la justesse de son positionnement pour répondre à des donneurs d'ordre très réactifs à la recherche de sourcing de qualité et de proximité, sur du court, moyen et long terme, du prototypage à la grande série.

Avec 40 nouvelles entreprises exposantes et une augmentation de 25% de ses visiteurs, majoritairement internationaux, l'attractivité de ZOOM BY FATEX et la justesse de son positionnement se confirment.

ZOOM côté visiteurs

- Le renforcement d'une présence française de qualité a été particulièrement apprécié et remarqué par les visiteurs internationaux. La présence des exposants français a suscité l'enthousiasme. Plus nombreux cette session, ils ont été un véritable pôle d'attraction, preuve que le Made in France fait plus que jamais rêver.
- D'une manière générale, la demande de fabrication haut de gamme très spécialisée ou de sportswear et d'accessoire est très recherchée. Ce sont de nouvelles pistes de développement pour le salon. Déjà les exposants proposant un éventail de savoir faire particuliers (organisation verticale du tissu à la collection boutique) ou de très haute qualité sortant des sentiers battus (maille luxe et maroquinerie) ainsi que des innovations (teinture par purée de fruits par exemple) ont particulièrement retenu l'attention des visiteurs avides de techniques méconnues.



- L'ensemble des visiteurs ont plébiscité le positionnement européen et méditerranéen élargi, leur donnant de nouvelles pistes de sourcing de proximité dans un marché à la recherche de réactivité sur de plus petites séries mais plus fréquentes. Un réajustement en réponse à la crise où tous les coûts sont pris en compte et pas seulement le coût minute, mais aussi le transport, la fiabilité de la qualité, le coût énergétique et le bénéfice à soutenir la production et la consommation d'un grand marché européen élargi à la Méditerranée.
- Les consortiums et clusters de Madagascar et de l'Île Maurice ont su séduire grâce à leurs grandes capacités de production, la diversification de leur offre et leur savoir faire en broderie, maille et enfant.
- L'Est de l'Europe a confirmé son attractivité grâce à ses savoir faire spécialisés et haut de gamme, sur les pièces à manches, le flou et la maille.

ZOOM côté exposants

- Malgré un état d'esprit incertain à l'aube du salon, celui-ci s'est terminé sur une note très optimiste : le nombre de prises de contacts a été extrêmement satisfaisant. La session s'est terminée sur des espoirs concrets, ressentis majoritairement comme un coup d'air frais, galvanisant les forces et les énergies pour les mois à venir.
- Le programme de conférences et la diversité des sujets abordés a eu un succès considérable et en particulier les conférences d'information sur des pays ciblés (Maroc, Tunisie), ou l'avenir du Made in France.
- L'opération « Meet fashion », de mise en relation BtoB en amont du salon, a particulièrement bien fonctionné et a été perçue favorablement autant par les visiteurs que les exposants, avec plus de 500 rendez-vous ciblés en 4 jours. Gagner du temps sur le salon et dans l'approche des futures relations professionnelles est la préoccupation première des utilisateurs de ce service.
- Cette opération confirme que les salons font évoluer leur métier. Ils doivent plus que jamais accompagner les relations d'affaires, donner de l'information tout au long de l'année, être un lieu de conférence et de formation continue des entreprises, c'est-à-dire devenir de véritables partenaires de leurs clients, exposants et visiteurs.

ZOOM en chiffres

- **6730 visiteurs** dont 44% 3509 Internationaux soit 52%
- Top 10 des visiteurs internationaux :
Royaume-Uni, Italie, Allemagne, Espagne, Belgique, Pays Bas, Etats Unis, Japon.

Prochain rendez-vous
9.10.11.12 fev. 2010

Parc des expositions de Paris Nord Villepinte - Hall 2

Contact : Agnès Etame-Yescot : 01.47.56.32.72 - aetame-yescot@eurovet.fr
Frédéric Pellerin : 01 40 22 63 19 - fpellerin@re-active.fr

Photos et visuels disponibles et téléchargeables sur : www.zoombyfatex.com