

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

#wearepremierevision

13-15 sept. 2016
premierevision.com

PREMIÈRE**VISION**
PARIS

YARNS / FABRICS / LEATHER / DESIGNS / ACCESSORIES / MANUFACTURING



PREMIÈRE VISION PARIS : 1 898 EXPOSANTS. UN DISPOSITIF SOLIDE, UNIQUE ET ATTRACTIF AU CŒUR DE LA CRÉATION MODE INTERNATIONALE

Développements stratégiques, évolutions structurelles, réorganisation de l'offre... du 13 au 15 septembre prochains, dans la continuité de ses dernières éditions qui ont vu les synergies et la transversalité se renforcer entre les différents métiers et savoir-faire qu'il représente, Première Vision Paris s'attachera à toujours mieux valoriser et coordonner l'offre complémentaire de ses 6 salons au sein d'un événement homogène, cohérent et efficace.

Une offre créative unique et un positionnement haut de gamme et sélectif affirmé qui répondent plus que jamais aujourd'hui aux besoins d'une mode créative mondiale en quête de différenciation dans un contexte d'instabilité et de concurrence accrue.

Dans un monde toujours complexe, où la mode s'est globalisée, où les marchés font face à de multiples menaces – politiques, sécuritaires, économiques –, la force créative de Première Vision Paris porte la solidité d'un concept qui s'inscrit incontestablement au cœur du processus de création de la filière.

Fort de ses valeurs et d'une offre sélective inégalée – la plus large et diversifiée du secteur – l'événement mondial des professionnels de la filière mode annonce une édition dynamique, riche d'inspirations et de collections innovantes pour l'automne hiver 2017-18.

Stable en nombre d'exposants -1 898* entreprises contre 1 924 [-1.3%] en septembre 2015 – cette offre s'inscrit en croissance en termes de surface d'exposition. Ces investissements traduisent la volonté de ces entreprises exposantes de miser sur le développement de collections plus étoffées au service de clients qu'ils attendent plus nombreux. C'est aussi le reflet du poids et de l'influence des salons Première Vision Paris pour l'activité de la filière.

* Données au 18 juillet 2016 qui peuvent être amenées à évoluer.

PREMIÈRE VISION PARIS EN SEPTEMBRE 2016 : CONTEXTE ET CONJONCTURE ÉCONOMIQUES

— Les perspectives de l'économie mondiale

Vue d'ensemble

En 2015, la croissance mondiale a quelque peu ralenti pour s'établir à +3,1 %, contre +3,4 % en 2014. En 2016, elle devrait atteindre +3,2 %.

La croissance des émergents est moins dynamique (+4,1 % prévu en 2016). Certains pays, comme le Brésil et la Russie traversent une crise profonde.

L'économie américaine devrait afficher une croissance de 2,4 % en 2016, plus soutenue que celle de la zone euro (+1,5 % seulement).

L'Europe

Concernant l'Europe et le Royaume-Uni en particulier, s'il est trop tôt pour évaluer le véritable impact du Brexit, à ce stade, il semble que les conséquences politiques soient plus importantes encore que les conséquences économiques.

L'Europe apparaît fragilisée et un effet de contagion, suite au référendum britannique, serait dommageable pour l'unité européenne. À court terme, l'impact immédiat est le recul du taux de change de la livre qui pèsera sans doute sur la compétitivité des exportations européennes.

Le Royaume-Uni a représenté 5% des exportations textiles de la France en 2015.

Focus France

Après avoir stagné en 2014 (+0,2 %), le PIB de la France a progressé de 1,1 % en 2015 et la croissance devrait être identique en 2016 (+1,1 %).

L'évolution de l'investissement, devrait notamment bénéficier d'une orientation positive.

— Consommation textile-habillement

Le panorama mondial de la consommation textile-habillement apparaît particulièrement contrasté. Si les États-Unis sont en croissance, la consommation est toujours en repli dans plusieurs pays d'Europe.

Aux États-Unis, pour les quatre premiers mois de 2016, la consommation d'articles d'habillement dans les magasins spécialisés a connu une croissance de 1,9 % en valeur.

L'Union européenne à 28 reste toutefois le premier marché mondial de l'habillement avec 312 mil-

liards d'euros en 2014, dont 94 % dans l'ex-UE à 15. Au total, les cinq grands pays d'Europe de l'Ouest (France, Allemagne, Royaume-Uni, Italie et Espagne) concentrent 73 % de ces dépenses.

En Allemagne, pour les cinq premiers mois de l'année 2016, la consommation est restée stable par rapport au début d'année 2015. L'Italie, qui avait accusé un repli de 2 % en 2015, voit sa

situation s'améliorer quelque peu, puisque la consommation textile-habillement n'est plus en recul que de 1,6 % au cours du premier trimestre 2016. Enfin, l'Espagne continue de bénéficier d'une orientation positive de sa consommation (+ 2,4 % au cours des quatre premiers mois de 2016).

En France, la consommation textile-habillement a affiché un recul de 1,6 % en valeur au cours de la période janvier-mai 2016, par rapport à la même période de 2015. Dans un climat social très tendu qui n'a pas favorisé l'activité commerciale, la diffusion de la collection de printemps a de surcroît été pénalisée par une météo particulièrement défavorable cette année.

**EN 2016,
LA CROISSANCE
MONDIALE (...)
DEVRAIT
ATTEINDRE +3,2%**

Source: panel distributeurs IFM.

>> Ce point sur la situation macro-économique mondiale a été réalisé par l'observatoire économique de l'IFM (Institut Français de la Mode) dans le cadre de la chaire sur « l'économie des matières créatives pour la mode » lancée en janvier 2016 entre l'organisme et Première Vision.

1 898* EXPOSANTS, 6 MÉTIERS COMPLÉMENTAIRES, UNE OFFRE TRANSVERSALE, INTERNATIONALE ET RENOUVELÉE

Fils et fibres, tissus, cuirs et fourrures, dessins, accessoires et composants, confection à façon...

pendant 3 jours, Première Vision Paris présentera aux acteurs de la mode mondiale l'offre riche et exclusive des 1 898* exposants présents sur ses 6 salons.

** Données au 18 juillet 2016 qui peuvent être amenées à évoluer.*



LE POINT DE VUE DE GILLES LASBORDES, DIRECTEUR GENERAL ADJOINT DE PREMIÈRE VISION

Le monde actuel est confronté à de multiples instabilités : politiques et sécuritaires – les attentats en France et en Belgique, l'instabilité politique en Turquie – comme économiques – faible croissance des marchés matures, ralentissement des marchés émergents qui ont drainé la croissance mondiale ces dernières années, impact du Brexit...

Malgré cela, et au vu de l'offre que nous allons présenter sur nos salons en septembre, Première Vision Paris fait preuve d'une réelle solidité grâce à la richesse et à la cohérence de son offre transversale et multi-métiers.

Les entreprises exposantes investissent plus et mieux sur nos salons. Pourquoi ? Parce que le développement de leur activité en dépend. À Première Vision Paris, nos exposants retrouvent leurs clients fidèles, mais c'est aussi l'opportunité pour eux d'en rencontrer de nouveaux, et ce à un niveau international.

Les candidatures, parmi lesquelles nos comités de professionnels sélectionnent les nouveaux exposants, ont concerné la totalité de nos métiers. Par ailleurs, notre taux de retour d'une édition à l'autre est remarquable. Tout cela montre l'importance de nos salons qui sont devenus essentiels au business des industries du secteur.

Du côté des visiteurs aussi Première Vision Paris continue de démontrer toute son attractivité et la force de son concept. À travers son offre mais

aussi ses valeurs affirmées de sélectivité, de créativité, de qualité et d'innovation, notre événement permet aux marques de mode de se différencier pour gagner en compétitivité et affronter le contexte international fragile.

Elles ont besoin de la force de création proposée par les salons Première Vision, des propositions renouvelées et différenciantes de ses exposants. Au cœur du dispositif de création de la filière, Première Vision Paris répond aux attentes de marchés internationaux toujours plus exigeants et aux besoins d'une mode créative toujours plus transversale.

Par ailleurs, des mesures de sécurités exceptionnelles seront prises pour garantir à nos exposants et visiteurs des conditions de visite et de travail les plus optimales et sécurisées.

PREMIÈRE VISION PARIS EN CHIFFRES

1 ensemble unique et consolidé de 6 salons leaders, aujourd'hui harmonisé et totalement intégré ;

1 offre sélective exclusive et diversifiée, avant tout créative, qualitative et innovante, présentée sur **4 halls** d'exposition ;

6 métiers majeurs et complémentaires en termes d'offre, de savoir-faire et de services ;

Les développements et collections inédites de **1 898* exposants** :

- Des entreprises qui comptent parmi les plus créatives et innovantes au monde ;
- Des exposants qui tendent à investir plus et mieux sur les salons : surfaces d'exposition plus grandes, stands plus étoffés, offre élargie et plus diversifiée...

Un événement avant tout **international** :
- **53 pays exposants**
- **60 000 visiteurs** chaque saison

(61 664 en sept. 2015/ 55 025 en février 2016), à **74% internationaux**.

139 nouvelles entreprises exposantes :
- **rigoureusement sélectionnées** sur des critères de créativité, de savoir-faire, de qualité de service et de fiabilité financière ;
- **issues des principaux pays leaders** de la filière mode mondiale ;

Un taux de fidélité exceptionnel, des exposants, reflet du poids et de l'influence des salons Première Vision Paris pour l'activité de la filière mode internationale ;

12 entreprises de retour aux salons après plusieurs sessions d'absences ;

Une expertise mode unique, une information et des orientations saisonnières exclusives, présentées à travers **15 forums**, sur plus de **5 500 m²** d'espaces dédiés.

* Données au 18 juillet 2016 qui peuvent être amenées à évoluer.

LES SALONS PREMIÈRE VISION PARIS EN DÉTAIL (1/2)

LES SALONS PREMIÈRE VISION EN DÉTAIL (1/2)

1 897* exposants répartis sur 6 salons complémentaires

SALONS	EXPOSANTS
PREMIÈRE VISION YARNS	53
PREMIÈRE VISION FABRICS	789
PREMIÈRE VISION LEATHER	311
PREMIÈRE VISION DESIGNS	248
PREMIÈRE VISION ACCESSORIES	321
PREMIÈRE VISION MANUFACTURING dont Knitwear Solutions**	176 33
TOTAL GENERAL	1898

** Knitwear Solutions: plateforme dédiée à la maille rectiligne créative

139 nouveaux exposants

Chaque saison, les 6 salons de Première Vision Paris répondent avant tout aux mêmes exigences de qualité et de créativité en termes d'offre et de services, grâce à des processus de sélection aujourd'hui homogénéisés.

Pour la prochaine édition, les entreprises candidates ont ainsi été rigoureusement

sélectionnées par des comités composés de professionnels du secteur, selon des critères de créativité, de savoir-faire, de qualité de service et de fiabilité financière désormais harmonisés pour une plus grande cohérence de l'offre proposée.

Malgré cette forte sélectivité, quelques 139 nouvelles entreprises internationales ont été retenues pour l'ensemble des 6 salons. Parmi eux, on notera le retour, après plusieurs saisons d'absence, de 12 entreprises au sein des salons.

SALONS	NOUVEAUX EXPOSANTS
PREMIÈRE VISION YARNS	6
PREMIÈRE VISION FABRICS	34
PREMIÈRE VISION LEATHER	20
PREMIÈRE VISION DESIGNS	21
PREMIÈRE VISION ACCESSORIES	25
PREMIÈRE VISION MANUFACTURING	33
NOMBRE TOTAL DE NOUVEAUX EXPOSANTS	139

* Données au 18 juillet 2016 qui peuvent être amenées à évoluer

LES SALONS PREMIÈRE VISION PARIS EN DÉTAIL (2/2)

LES SALONS PREMIÈRE VISION EN DÉTAIL (2/2)

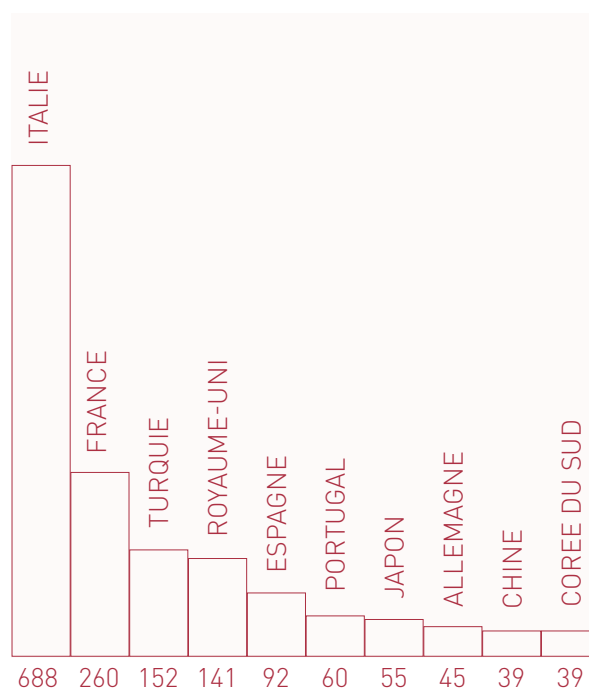
53 pays exposants

Chaque saison, Première Vision Paris propose l'offre la plus internationale de la filière mode créative, à travers les savoir-faire d'exposants issus des principaux pays leaders du secteur.

En septembre, 53 pays seront ainsi représentés sur les 6 salons.

SALONS	NOMBRE DE PAYS EXPOSANTS
PREMIÈRE VISION YARNS	19
PREMIÈRE VISION FABRICS	33
PREMIÈRE VISION LEATHER	27
PREMIÈRE VISION DESIGNS	24
PREMIÈRE VISION ACCESSORIES	26
PREMIÈRE VISION MANUFACTURING	20

Le Top 10 des pays exposants à Première Vision Paris



Retrouvez l'ensemble des exposants de septembre sur le catalogue du site www.premierevision.com ou via l'application mobile Première Vision Paris.

Vous y trouverez également des détails sur les entreprises qui intègrent les salons cette saison.

**RENDEZ-VOUS DU
13 AU 15 SEPTEMBRE 2016
PARC DES EXPOSITIONS
DE PARIS NORD-VILLEPINTE**

www.premierevision.com



CONTACTS PRESSE

Service de presse
Première Vision

Igor Robinet-Slansky

T. +33(0)1 70 38 70 30

M. +33(0)6 42 06 31 02

i.robinet@premierevision.com

2^e Bureau

Marie-Laure Girardon

T. +33(0)1 42 33 93 18

m.girardon@2e-bureau.com

Première Vision Leather

Juliette Sébille

T. +33(0)1 70 38 70 33

j.sebille@premierevision.com