

# Les Salons parisiens esquivent la crise

*Ce n'était pas l'effervescence certes, mais sur fond de crise et de pandémie virale, maintenir la même fréquentation relevait presque de l'exploit. Pour les exposants qui craignaient la catastrophe, cette session aura été sauvée de justesse par des commandes renouvelées pour la saison hiver, les stocks faisant cruellement défaut chez les détaillants forcés à l'attentisme depuis quelques mois.*



Prêt à Porter Paris

Première Classe © C. Desheulles

L'enthousiasme se lisait sur les visages de Who's Next et Première Classe. Ne parlons pas d'euphorie pour autant, mais les exposants sont sortis pour la plupart la mine soulagée pour ne pas dire réjouie. Pour ceux-là, la réussite de ce salon tient à leur collection dont ils ont su préserver la créativité à des prix justes. Forte d'une meilleure lisibilité, grâce à des hauteurs de stand abaissées et une sectorisation renforcée, l'édition de septembre 2009 a clôturé avec une augmentation de 5% de sa fréquentation (par rapport à septembre 2008, mais +36% par rapport à janvier 2009) qui s'élevait à 57 733 acheteurs, dont 63% de Français, contre 37% d'étrangers. L'organisation observe par ailleurs un regain d'intérêt et une remobilisation de la distribution de province et côté acheteurs internationaux, une forte poussée de l'Europe du Sud avec notamment l'Italie qui caracole en tête des scores. Pour sa part, l'Asie enregistre 7,2% de progression, ainsi qu'une hausse de 4% pour le Japon. Le Brésil est tout aussi bien placé avec une augmentation de 9%, qui s'explique par les actions de promotion menées par les salons, entre autres lors de la fashion week de São Paulo. En revanche, les Etats-Unis se sont repliés (-9,7%) en raison de la conjoncture qui frappe durement l'économie

américaine. La satisfaction fut également visible au sein de l'organisation d'Eclat de Mode. Le nombre de visites a crû de 22,6% à session comparable, pour un total de 13 891. « Nous avons vécu un très bon salon, alors que nous ne nous y attendions pas. Nous pensions que les commandes allaient continuer à baisser suite au salon de janvier qui s'est déroulé en plein cœur de la crise économique. Mais ce ne fut pas du tout le cas. Nous sommes revenus à notre niveau d'avant crise et nos clients ont acheté plus que d'habitude », relevait l'exposant français Amok. Quant à Prêt à Porter Paris, la fréquentation est restée stable à 43 132 visiteurs répartis de la façon suivante : 60,2% pour la France et 39,8% pour l'international avec en tête l'Italie, l'Espagne, la Belgique, le Japon et le Royaume-Uni. Enfin, le salon Accessoire Avenue affiche une bonne tenue de son visitorat composé pour l'essentiel de détaillants maroquiniers et chausseurs avec une représentativité étrangère de 35% en provenance d'Europe occidentale et du Japon. A noter les dates de la prochaine session : du samedi 23 au mardi 26 janvier 2010, les 4 jours étant maintenus contrairement à ce qui avait été annoncé au départ. Le salon de la maroquinerie, quant à lui, fermant ses portes un jour avant, le 25 janvier. Nathalie Raut