WSN RÉUNIT LES INDUSTRIES CRÉATIVES POUR SON GRAND RENDEZ-VOUS DE RENTRÉE WHO'S NEXT - SHOPPE OBJECT PARIS BIJORHCA - INTERFILIÈRE PARIS

5-7 septembre 2026
Paris Porte de Versailles Hall 1

Du 5 au 7 septembre 2026, **WSN donne rendez-vous à l'ensemble des professionnels de la mode, du lifestyle, du design, du bijou, des accessoires et du sourcing** à Paris Expo Porte de Versailles.

Pendant trois jours, **Who's Next, Shoppe Object Paris, Bijorhca et Interfilière Paris** se réunissent au sein du hall 1 pour proposer une lecture transversale et complémentaire des industries créatives. **Un véritable écosystème où se rencontrent les marques, les fabricants, les détaillants, les concept stores, les grands magasins et les prescripteurs** qui façonnent les marchés de demain.

Dans un contexte où les frontières entre les secteurs s'estompent et où les consommateurs recherchent davantage d'expériences, WSN poursuit une ambition claire : **offrir aux visiteurs une vision globale de la création contemporaine et leur permettre de construire des parcours toujours plus inspirants**, efficaces et ouverts sur de nouvelles opportunités.

Un badge, quatre salons, trois jours : une seule destination pour explorer les collections printemps-été 2027, découvrir les talents émergents, identifier les innovations qui transforment les marchés et décrypter les nouvelles attentes des consommateurs.

LE DÎNER, UNE CÉLÉBRATION DU GOÛT, DU PARTAGE ET DE LA CRÉATION

Pour cette édition de septembre, WSN déploie **une thématique commune à l'ensemble de ses événements : le dîner**.

L'été s'attarde une dernière fois. Près de la piscine, dans l'intimité d'un jardin pas tout à fait comme les autres, votre couvert est dressé. Ce qui commence comme un rendez-vous privilégié de la création promet vite une tout autre saveur. Ici, on ne vient pas pour observer. **On vient pour dévorer l'inspiration, découvrir de nouveaux horizons créatifs, provoquer les rencontres et imaginer les collections de demain**. Le dîner devient alors plus qu'un simple moment de partage. Il devient un terrain d'expression. Un espace où dialoguent les matières, les objets, les silhouettes, les savoir-faire et les idées.

Une scénographie qui se déploie dans l'ensemble du Hall 1 et trouvera son point culminant lors d'un grand dîner festif organisé le samedi soir, réunissant la communauté WSN autour de ce qui constitue l'ADN même de ses événements : la rencontre, la découverte et l'envie de construire ensemble les prochaines histoires du marché.

DÉCRYPTER LES MUTATIONS DU MARCHÉ

Dès l'entrée de Who's Next, les visiteurs traversent le **Welcome Buyer Forum**, une vitrine des tendances et des synergies qui animent le salon. Réunissant plus de 200 pièces sélectionnées à travers les différents univers des salons et conçu comme une source d'inspiration et de découverte, cet espace met en scène **un dialogue transversal entre prêt-à-porter, accessoires, bijoux, design et lifestyle**, reflétant la richesse et la complémentarité de la mode, du design et du bijou.

Nouveauté de cette édition, **Who's Next inaugure le Denim District**, un espace entièrement consacré à l'une des matières les plus emblématiques de l'histoire de la mode. À la fois matière patrimoniale, terrain d'expérimentation créative et symbole des nouvelles dynamiques de réemploi, le denim y est abordé sous toutes ses dimensions : culturelles, esthétiques, artisanales et commerciales. Pensé comme un lieu de vie au cœur du salon, le Denim District réunit **une exposition inédite de créations réalisées à partir de pièces sourcées auprès d'Eureka Fripe**, acteur pionnier de la seconde main.

Onze designers ont été invités à réinventer cette matière iconique : **30%70, Angela Cusimano, Atlal From Galbi, In House Blend, Jordane Somville, Louise Marcaud, Maison Mortelli, Maison Mourcel, Mojo No Fomo, Nikola Vasari Design Studio et Tangoli.** Révélées au sein de cet espace, leurs créations témoignent de la capacité du denim à se transformer, à se réinventer et à **nourrir de nouvelles écritures créatives à partir de ressources existantes**.

« Who's Next a toujours eu pour mission d'anticiper les transformations du commerce, pas seulement de les observer. Accueillir Whatnot, c'est offrir concrètement aux marques et aux retailers la possibilité de découvrir et d'expérimenter un nouveau canal de vente, plus direct, plus humain, plus engageant. Le live shopping n'est pas un effet de mode : c'est un changement de paradigme. » Frédéric Maus, CEO de WSN

Whatnot

Autre temps fort de cette édition : **La mise en avant du live shopping sur Who's Next grâce au partenariat Whatnot**. Leader du secteur en Amérique du Nord et en Europe, la plateforme accompagne la montée en puissance **de la vente aux enchères en direct.** Elle trouve en Who's Next une caution et un relais privilégié en France (marché le plus dynamique d'Europe pour le live shopping), auprès d'acteurs du secteur toujours plus désireux de maîtriser ces nouveaux outils de vente et de distribution.

En 2025, Whatnot a dépassé les 8 milliards de dollars de volume de ventes à l'échelle mondiale. Mode féminine, sneakers, streetwear ou luxe de seconde main : les nouvelles générations plébiscitent ces formats qui réintroduisent interaction, spontanéité et proximité dans l'expérience d'achat.

Pour la première fois, Whatnot disposera d'un espace dédié au sein du salon afin de présenter sa plateforme, ses usages et les opportunités qu'elle offre aux marques et aux détaillants.

À travers ce partenariat, Who's Next poursuit sa mission d'accompagner les professionnels dans la compréhension des évolutions du commerce et des nouveaux comportements d'achat.

« *Nous sommes ravis d'être partenaires de Who's Next, le rendez-vous qui réunit les passionnés de mode en France et en Europe. Pour Whatnot, la France est le premier marché mondial où la mode s'est imposée comme la principale verticale : c'est donc ici, aux côtés de ceux qui font vivre le secteur, que nous voulons continuer à faire grandir cette communauté.* » — **Pierre Tettart, Directeur Catégorie Mode Whatnot Europe**.

FORUM IMPACT AND NEONYT PARIS & WHO'S NEXT LAB: PENSER LA MODE DE DEMAIN

Who's Next poursuit son engagement en faveur d'une mode plus consciente et innovante à travers deux espaces complémentaires : **Forum IMPACT and NEONYT PARIS et Who's Next Lab**.

Cette saison, le Forum IMPACT and NEONYT PARIS bénéficie d'une curation assurée par **le collectif BAGA**, acteur clé de la Slow Fashion Week de Marseille, reconnu pour ses actions pour une mode plus responsable, éthique et inclusive. Le collectif présentera également une sélection de **six marques sustainable issues de son écosystème : Engagés Engagées, Jade Tekhil, Midi 25, Frankie Collection, Marj The Label et Strass Chronique**.

Un partenariat qui illustre la volonté commune de Who's Next et de BAGA de mettre en avant une nouvelle génération de créateurs plaçant l'impact positif au cœur de leur démarche.

Sur le même espace, **le Who's Next Lab met en lumière les innovations qui transforment les métiers de la création, de la conception et de la distribution.** Startups, experts et entreprises technologiques y présentent des solutions concrètes pour accompagner les professionnels du secteur. **Cabine.ai y proposera une expérience d'essayage virtuel basée sur l'intelligence artificielle, tandis que Livetrend présentera ses outils de fashion intelligence pilotés par la data et l'IA pour aider les marques à anticiper les tendances.**

Maison Cléo - Slow Fashion Week @Yannick Taranco

WHO'S NEXT : LA DESTINATION MODE DE LA RENTRÉE

À travers une sélection de marques françaises et internationales, Who's Next révèle les collections Printemps-Été 2027 de 900 marques. Prêt-à-porter, accessoires et lifestyle s'y rencontrent dans une offre riche et diversifiée, pensée pour accompagner les acheteurs dans la construction de leurs assortiments.

Parmi les retours remarqués de cette édition figurent **Des Petits Hauts, Stella Forest, ou encore Notshy**, tandis que de nouveaux exposants rejoignent l'événement, à l'image d'**Armor-Lux** et de sa seconde marque **Bermudes**, de **Dress To**, référence du marché brésilien, ou encore du créateur marocain **Late For Work**.

Les accessoires occupent une place centrale avec des marques comme **Hidesins**, dont les sacs fabriqués à Florence conjuguent savoir-faire italien et fonctionnalité, **Pleats Mama** et ses créations coréennes en matières recyclées, **Bayona** et ses espadrilles artisanales inspirées de la tradition basque ou encore **YUQRI**, spécialiste japonais de la chaussette premium.

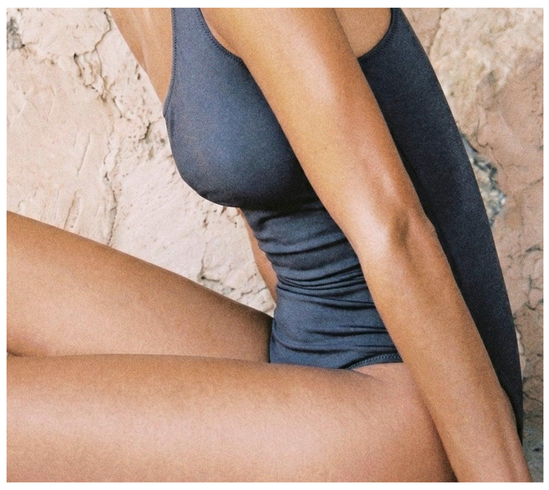
Le salon accueille également plusieurs initiatives destinées à accompagner le développement de nouvelles marques, notamment à travers le partenariat **Who's Next x Ulule** mis en place pour accompagner les porteurs de projet Mode & Lifestyle pour leur apporter crédibilité, notoriété et rencontres clés. Miroir de la diversité du salon (lifestyle, prêt-à-porter… tous les secteurs y sont représentés), cette zone intégrée à l'espace WSN Academy est l'endroit où découvrir pour la première fois les marques de demain. À l'image de **Kansobi**, qui transforme les déchets céramiques en objets de design inspirés du wabi-sabi, et de **Delbarba**, qui défend une approche contemporaine du vestiaire fondée sur la qualité, la durabilité et le savoir-faire.

Destination summer et secteur incontournable de Who's Next, **Curve réunit cette année plus de 70 marques** spécialisées dans le swimwear, le resortwear et les accessoires balnéaires, parmi lesquelles : **Agua de Coco, Miss Bikini, Summer Forever, Place Réservée, Mystery Resort, Made in Mada, Miss June, Blanca Gaia ou encore Rive du Léman pour l'homme**. Mode, voyage, accessoires et lifestyle dialoguent désormais naturellement, et offrent aux acheteurs une vision complète des tendances qui accompagneront la saison estivale 2027.

Phili

Maison Lecomte Flament

Diadora


Sophie and Lucie

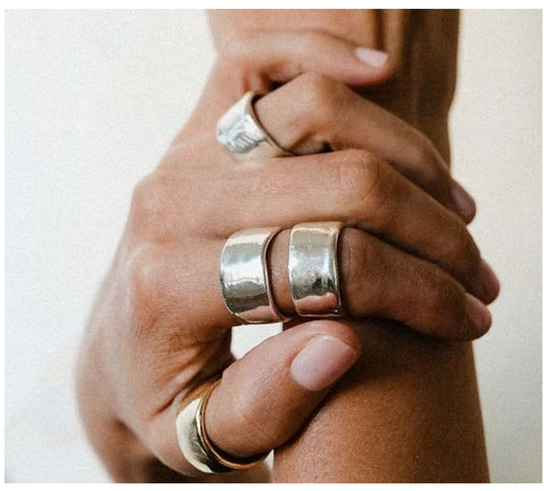
Rue Blanche

Lovem

Berenice

The New Society

Stella Forest


Studio Aldora

Hana San

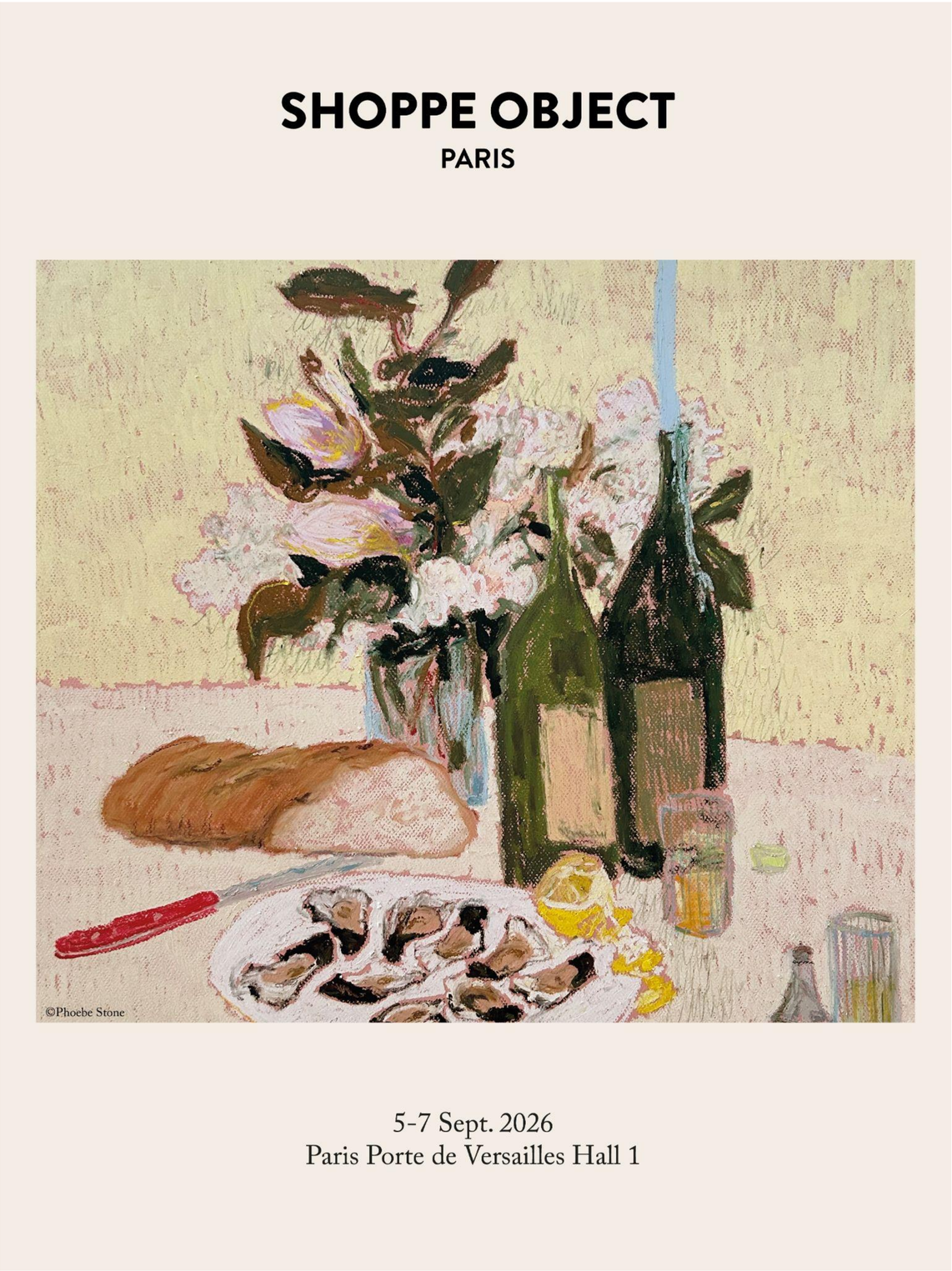
SHOPPE OBJECT PARIS : LE LIFESTYLE COMME NOUVEAU TERRITOIRE DU RETAIL

Après une première édition parisienne remarquée en janvier, **Shoppe Object Paris poursuit son développement au cœur de Who's Next** et confirme son positionnement singulier au sein de l'écosystème WSN. Né à New York, le salon s'est imposé comme **une plateforme curatoriale dédiée aux univers de la maison, du design et du lifestyle**, en résonance avec les évolutions du commerce contemporain.

Shoppe Object Paris propose une lecture transversale du marché, pensée pour les concept stores, grands magasins, boutiques indépendantes et acteurs de l'hospitalité à la recherche d'univers cohérents et inspirants. L'événement rassemble **une sélection de marques où décoration, objets du quotidien, papeterie, design et art de vivre dialoguent librement**, offrant aux visiteurs de nouvelles perspectives de sélection et de merchandising.

Cette édition marque une nouvelle étape avec l'ouverture à de nouveaux univers lifestyle. **La beauté y fait son entrée à travers une sélection de 13 marques** parmi lesquelles Peignée, NNT Lab, Kerzon ou Bachca. **L'épicerie fine** s'invite également au sein du parcours avec des marques comme Le Chocolat Français, Oh My Gum! et Eau Lala. Cette évolution reflète l'hybridation croissante des points de vente et l'émergence de modèles où commerce, bien-être, hospitalité et art de vivre se rejoignent

Plus de 80 marques ont déjà confirmé leur participation, parmi lesquelles **Vitra, &Tradition, Tiptoe, Ilex Studio, La Manufacture de Digoin, Gangzaï, Nuuna, Rikke Falkow, Totem Home, NNT Lab ou Meloria…**



Totem

Vitra

Fredericks & Mae

&tradition

Bang

Manufacture de Digoin

Fil rouge de Who’s Next, le dîner vient également s’inviter sur Shoppe Object Paris, avec **une scénographie immersive articulée autour d'une grande table** centrale qui devient le cœur du parcours visiteurs. Pensé comme un moment universel de partage, de goût et de mise en scène, le dîner sert ici de fil conducteur à une lecture contemporaine du lifestyle. **Arts de la table, décoration, beauté et objets du quotidien s'y répondent dans une logique de composition globale, à l'image des nouveaux usages du retail**.

Cette approche se prolonge à travers **plusieurs activations culturelles**, dont la présence de l'artiste australienne **Phoebe Stone, Artist of the Season du salon**, qui réalisera une œuvre évolutive en direct et animera une série d'ateliers participatifs. Le magazine **Intramuros** présentera quant à lui **l'exposition « Second Life », consacrée aux nouvelles approches du design et du réemploi**. Plus qu'un salon, Shoppe Object Paris s’affirme comme une destination curatoriale, où la sélection des marques est pensée pour inspirer les acheteurs en quête de nouveautés, de cohérence et de singularité.

Événement référent de la bijouterie et de ses savoir-faire, **Bijorhca** revient en septembre avec une ambition renouvelée : réunir, inspirer et accompagner l'ensemble des professionnels du secteur.

BIJORHCA : LE RENDEZ-VOUS DE RÉFÉRENCE DE LA FILIÈRE BIJOU

Organisé par WSN pour la BOCI, le salon demeure **le seul rendez-vous professionnel français exclusivement consacré à l'univers du bijou**, de l'horlogerie et des accessoires précieux.

Cette édition réunira **plus de 180 marques** (Bangle Up, Satellite, Les Georgettes, Philippe Ferrandis, Muja Juma, Indira, Crézus, Le Vent à la Française…), reflétant toute la richesse de l'écosystème bijou. Créateurs indépendants, maisons établies, labels premium, acteurs internationaux mais aussi fabricants, fournisseurs et experts des savoir-faire composent une offre complète, couvrant l'ensemble de la chaîne de valeur du secteur. **Nouveauté majeure de cette édition, un forum dédié aux produits iconiques et aux tendances** bijoux accueillera les visiteurs dès l'entrée du Hall 1, offrant une lecture immédiate des grandes directions créatives de la saison.

Parmi les temps forts de cette édition figure **une exposition célébrant les quarante ans de création de Philippe Ferrandis**. À travers une sélection de pièces emblématiques, cette rétrospective retracera le parcours d'une maison devenue une référence de la création française, reconnue pour son travail des matières, son univers spectaculaire et ses collaborations avec les plus grandes maisons de mode.

Le salon poursuivra son engagement en faveur de la transmission et de la valorisation des savoir-faire à travers **l'espace Brilliant, dédié à l'excellence artisanale**, ainsi qu'à travers **le dispositif Savoir pour Faire**, qui prend cette année une nouvelle dimension digitale afin de faciliter les mises en relation entre créateurs, artisans et entreprises.

Un programme de conférences profondément renouvelé viendra compléter l'expérience avec des formats plus courts, plus concrets et directement actionnables pour les professionnels. Évolution des comportements d'achat, nouvelles cibles consommateurs, innovations technologiques, circularité ou encore transformation des points de vente seront au cœur des échanges. À travers cette programmation enrichie, Bijorhca affirme plus que jamais son rôle d'observatoire et d'accélérateur pour l'ensemble de la filière.

Françoise Montagie

Maison Gabriel

Bangle Up

Muja Juma

Yay

Philippe Ferrandis

INTERFILIÈRE PARIS : L'AMONT DE LA CRÉATION

Depuis plus de soixante ans, **Interfilière Paris accompagne les évolutions des marchés de la lingerie, du swimwear, du bodywear et de l'activewear**. Réunissant fabricants, fournisseurs et acteurs clés de la filière, le salon constitue une plateforme unique où se rencontrent innovations matière, expertise industrielle et prospective créative.

Cette édition met particulièrement **l'accent sur les synergies entre les différents métiers de la création à travers le parcours Sourcing & Solutions**. Pensé comme un parcours, ce dispositif relie l'écosystème d'Interfilière Paris, l'espace Elements de Bijorhca ainsi que les acteurs du prêt-à-porter et des accessoires présents sur Who's Next. Une approche qui offre aux marques une vision globale de l'ensemble de la chaîne de création, de la matière première au produit fini.

En résonance avec **la thématique du Dîner**, la scénographie d'Interfilière Paris s'inspire de l'univers de la cuisine et du laboratoire. **Plans de travail, îlots de présentation et mises en scène matières transforment le parcours visiteur** en expérience sensorielle où les tissus deviennent autant d'ingrédients au service de la création.

Cette approche se retrouve dans **la Material Library**, véritable bibliothèque des matières qui rassemble les dernières innovations textiles et les développements des exposants.

Le Forum Tendance Sourcing, quant à lui, propose une lecture prospective des grandes tendances Hiver 27/28 décryptées par **NellyRodi** : Idol, Majesté, Sérénopolis et Littoral.
À travers ces quatre univers, le forum met en lumière les matières, techniques et innovations qui façonneront les collections à venir.

Interfilière Paris accueillera également **un programme de conférences réunissant experts, industriels, bureaux de tendances et fédérations professionnelles** autour des enjeux de demain : innovation textile, évolutions du marché mondial, activewear, bodywear ou encore transformation des comportements d'achat. Parmi les exposants présents figurent notamment **Acetech, Capital Tricot, Eurotextile, Frontier, Nextil Sport, Willy Hermann ou encore XYX Materials**. Plus qu'un salon de sourcing, Interfilière Paris s'affirme comme **un espace stratégique de réflexion et d'inspiration pour l'ensemble de la filière mode**.

Talks sur la zone WSN ACADEMY

WSN ACADEMY : EXPERTISE ET TRANSMISSION

Pensée comme la plateforme de contenus et de transmission du groupe WSN, **la WSN Academy accompagne marques, détaillants et entrepreneurs dans le développement de leurs activités**. Pour cette édition, elle prend la forme **d'un jardin ouvert au cœur du Hall 1**, conçu comme un espace propice aux rencontres, à l'échange d'expériences et à l'apprentissage.

Développée en partenariat avec la Fédération Française du Prêt-à-Porter Féminin et son Écosystème de la Mode, la programmation propose conférences et rendez-vous experts consacrés aux enjeux qui occupent les professionnels : construire une marque désirable, développer son réseau de distribution, améliorer l'expérience client et renforcer sa stratégie wholesale.

Parmi les intervenants aux talks figurent notamment David Bellion, Franklin Passer et Ari Abecassis (JOMO Community), et les rendez-vous Experts permettront aux visiteurs d'échanger en one-to-one avec des professionnels tels que Ingrid Zafrani (avocate spécialisée en droit des affaires et propriété intellectuelle) ou Anissa Draa-Fjer (consultante en stratégie d'offre, achats et distribution).

Nouveauté de cette édition : les Workshops, sessions d'une heure en petits groupes, conçues pour générer des résultats concrets et actionnables, avec Capucine Fabié, experte Retail et marketing digital (Comptoir des Cotonniers, Des Petits Hauts), et Claire Capoani, directrice Wholesale et fondatrice de BAX Consulting (JIMMY Fairly, The Kooples, From Future).

Les lauréats du partenariat WSN × Ulule seront également intégrés à la WSN Academy, avec la volonté de prolonger leur accompagnement grâce à des temps de mentorat et de partage avec les professionnels du secteur.

INFOS PRATIQUES

Dates : 5-7 septembre 2026
Horaires : Samedi-dimanche 9h-19h | lundi 9h-18h
Lieu : Paris Expo Porte de Versailles – Hall 1
Accès : Métro ligne 12, Tram T2/T3a, Bus 80

Accréditations presse

PRESS CONTACT

14 septembre - Jean Albert Herman
jeanalbertherman@14septembre.com

À PROPOS DU GROUPE WSN WSN-EVENTS.COM
Depuis plus de 35 ans, WSN conçoit et organise des rendez-vous qui inspirent, connectent et célèbrent la créativité. Acteur clé à la croisée de la mode, du design, du lifestyle et de la culture, le groupe propose des expériences qui allient business et émotions, et accompagne marques, distributeurs, talents émergents et professionnels des industries créatives. En dix ans, WSN est passé de 2 à 12 événements annuels, tous pensés pour répondre aux multiples attentes des industries créatives. Parmi ses formats emblématiques figurent Première Classe et Who's Next, ainsi que de nouveaux concepts comme Matter and Shape ou DRP. Au-delà de ces rendez-vous, WSN développe des solutions continues pour les communautés créatives à travers des initiatives telles que WSN Academy, RUN, ou des partenariats avec Ankorstore, Fashop, PagesMode et Ulule. La diversité de ses entités constitue une force qui lui permet, à Paris et à l'international, d'apporter toute l'année des réponses aux enjeux des marchés créatifs.