

salon international de la lingerie

21–23 JANV. 2023
PARIS, PORTE DE VERSAILLES

paris interfilière &

INTERFILIERE
PARIS

SALON INTERNATIONAL
DE LA LINGERIE



PARI RÉUSSI ! LE SALON INTERNATIONAL DE LA LINGERIE & INTERFILIÈRE PARIS SONT ENTRÉS DANS UNE NOUVELLE ÈRE EN SÉDUISANT UN PUBLIC VENU EN NOMBRE.

LE SALON INTERNATIONAL DE LA LINGERIE ET INTERFILIÈRE PARIS ONT FERMÉ LEURS PORTES LUNDI 23 JANVIER APRÈS UNE ÉDITION MARQUÉE PAR LE DYNAMISME ET LE RENOUVEAU DE L'ENSEMBLE DE LA FILIÈRE. CETTE ÉDITION DE RETROUVAILLES A CONFIRMÉ SA PLACE DE RENDEZ-VOUS INTERNATIONAL INCONTOURNABLE EN ACCUEILLANT DES ACHETEURS DU MONDE ENTIER.

‘ Cette édition de janvier 2023 a marqué l’heure du renouveau. Nous nous réjouissons du succès de ce rendez-vous unique à Paris qui a su mêler business, dynamisme, convivialité, et émotions. Les exposants et les acheteurs ont plébiscité notre stratégie de réunir plusieurs salons et ont salué l’audace et la créativité de la scénographie et des événements mis en place. C’est un pari réussi qui ouvre de belles perspectives pour les prochaines éditions ! ’

Frédéric Maus, CEO de WSN et PDG Eurovet.



La forte affluence durant les 3 jours de salons a permis de constater également une diversification des professionnels présents. Tout en conservant leur statut de leaders internationaux, le Salon International de la Lingerie et Interfilière Paris ont compté un grand nombre d'acheteurs français et de nouveaux visiteurs séduits par la nouvelle synergie imaginée par WSN.

15 285 visiteurs
venus de 99 pays différents

61,51%
de visiteurs Internationaux

38,49%
de visiteurs Français

25,41%
de nouveaux visiteurs

TOP 10 ACHETEURS (HORS FRANCE)

01	Italie
02	Belgique
03	Allemagne
04	Royaume-Uni
05	Espagne
06	États-Unis
07	Pays-Bas
08	Suisse
09	Turquie
10	Pologne

La circulation entre les halls, avec la création du badge unique, a bien eu lieu. L'inspiration mutuelle a engendré de nouvelles énergies, expériences et relations entre les différents univers.

19,21% des visiteurs, venus pour Who's Next, Impact, Bijorhca, sont passés au Hall 4.

29,47% des visiteurs, venus pour le Salon International de la Lingerie et Interfilière Paris, ont découvert le Hall 1.

Pour rappel, **40 187 visiteurs total** venus de 124 pays pour l'ensemble des salons : Who's Next, Impact, Neonyt Paris, Bijorhca, Salon International de la Lingerie, Interfilière Paris.



' Je suis fier du travail accompli par toutes les équipes. Cet événement unique au monde, regroupant l'ensemble de la filière lingerie et qui fait rayonner la France à l'International, est une chance pour tous les acteurs de ce marché. Pour cette édition, nous souhaitons bousculer les codes tout en conservant les valeurs de ce salon incontournable pour offrir une nouvelle vision, et le succès a été au rendez-vous. Tout d'abord d'un point de vue commercial pour les marques et groupes leaders et, également, mais aussi pour les jeunes créateurs exposant pour la première fois. Les nouveaux shows, les conférences ou le restaurant gastronomique ont su séduire notre public.

Notre volonté de positionner la lingerie dans un écosystème Mode a pris ici tout son sens. Cela nous permet d'envisager de nouveaux axes de développement et d'aller plus loin encore. Nous avons hâte de préparer les nouvelles éditions, il y a tant de belles choses à écrire dans ce secteur.' **Matthieu Pinet, General Manager Salon International de la Lingerie et Interfilière Paris**



Cette édition, riche en nouveautés et en innovations avec une scénographie des espaces totalement revisitée, a été saluée par les exposants et les acheteurs. L'architecture et ses jeux de volumes hauts en couleurs, offrant une nouvelle circulation dans le hall, a su séduire l'ensemble des visiteurs. Le nouvel espace Défilé & Conférences s'est imposé comme véritable hub de rencontres et d'échanges.

Les shows résolument Mode et créatifs ont enthousiasmé un public, très nombreux chaque jour. Le Forum unique, source d'inspiration, mixant tendances produits et matières, a remporté un vif succès. Ce renouveau, insufflé par WSN, a entraîné le visitorat dans une dynamique inédite.

L'offre qualitative et créative des 420 exposants et marques, présente dans le Hall 4 a conquis un visitorat et des acheteurs premium : Détaillants/ Concept Store (37,08%), Fabricant/Grossiste/Importateur (14,21%), E-commerce (7,63%) et Grand magasins (5,84%). (à noter 50,81% des visiteurs ont une fonction rattachée à l'achat)

420 exposants & marques
68% Salon International de la Lingerie,
32 % Interfilière Paris
73% exposants internationaux,
27% exposants français



© KIM WEBER



© GAELLE ANDRIANSTARAFARA



© GAELLE ANDRIANSTARAFARA



© KIM WEBER

‘Organiser le Salon International de la Lingerie et Interfilère Paris a été un grand et beau challenge que les équipes WSN ont été fières et heureuses de relever. Nous sommes très satisfaits de cette 1ère édition, qui avait pour objectif d’apporter les méthodes, l’organisation et l’énergie WSN, tout en conservant les codes, les valeurs et l’ADN de ces incontournables salons qui fêteront leur 60 ans l’année prochaine.

Emily Tepper Tarac, Directrice des Opérations et RSE chez WSN

En intégrant la sphère mode des événements WSN, le Salon International de la Lingerie et Interfilère Paris ont posé les bases d’un nouveau format d’événement et séduit l’ensemble des acteurs de la filière. Une nouvelle ère est en marche et n’a pas fini de surprendre !



PAROLES D'EXPOSANTS

‘ Nous sommes très contents ! Notre emplacement était parfait et le visitorat au rendez-vous. Nous aimons les évolutions notables réalisées : plus de modernité et d’harmonie dans la scénographie, la communication et les animations. Les défilés ont été pensés comme de véritables ‘fashion shows’ avec un casting juste et une nouvelle approche qui correspond aux codes d’aujourd’hui. Nous partageons cette vision de la lingerie dans un écosystème mode. Une belle énergie créative s’est dégagée de ce salon où toute la communauté internationale de la filière a pu se retrouver. ’

Renaud Cambuzat, Directeur image et création Groupe Chantelle.

‘ Nous sommes très satisfaits du salon. La fréquentation a été à la hauteur de nos attentes avec de nombreux visiteurs français et internationaux. Nous avons retrouvé les grands internationaux d’avant crise sanitaire même s’il manque les acheteurs asiatiques qui ne peuvent pas encore voyager. Le ‘ coup de frais ’ opéré par WSN et par la nouvelle direction du salon a bien été perçu dans la scénographie, l’implication et les services proposés. Les défilés ont bien évolué. Ce salon de transition a tenu toutes ses promesses et nous avons hâte de voir les prochaines éditions car nous pensons que nous pouvons aller encore plus loin dans la manière de faire évoluer la lingerie dans un écosystème mode tout en restant un écrin pour la lingerie française qui rayonne à travers le monde ’

Mathieu Grodner, Président Simone Pérèle

‘ Nous étions réellement en attente de cette nouvelle édition après la crise sanitaire et la nouvelle organisation. Nous avons la chance d’être exposant Exposed donc nous avons l’habitude de rencontrer des acheteurs très qualitatifs. Mais cette édition a dépassé nos attentes ! Beaucoup de nouveaux clients et prospects très qualitatifs dont de

grands magasins et chaînes étrangers, une communication et une scénographie élégante et moderne, de véritables shows Mode avec un beau casting, une belle sélection de produits, de très bonnes conditions de travail... C’est notre meilleur salon ! J’ai retrouvé le confort de certains salons confidentiels que je faisais à mes débuts à Londres ou aux Etats-Unis mais avec la force d’un grand rendez-vous international. ’

Rachel Bouchon, Présidente-Fondatrice Atelier Amour

‘ C’était un très bon salon avec une forte affluence dès le samedi qui n’a jamais faibli. Notre emplacement était parfait et nos collections ont été très bien accueillies par tous les acheteurs français et internationaux présents. C’était une belle édition avec des nouveautés intéressantes comme le forum des tendances unique plus épuré et les défilés plus mode et plus modernes. ’

Sophie Knis, Responsable Marketing Wacoal Europe.

‘ Nous n’étions pas rassurés par le contexte (les grèves, la situation économique...). Nous sommes exposants depuis 5 ans et, sincèrement, nous venons de vivre le salon le plus dynamique depuis notre création. La vocation internationale de ce salon est revenue. Nous avons rencontré de belles boutiques australiennes et constaté le retour des acheteurs américains et japonais. Les visiteurs étaient plus affirmés avec un intérêt réel et nous avons noté quelques commandes sur stand. Le salon était beau, animé et moderne tout en conservant une taille humaine. Nous remercions également les grands groupes leaders, à l’entrée du salon, qui ont réalisé de très beaux stands et se sont adaptés à cette nouvelle configuration afin d’offrir une belle entrée en matière. ’

Marion Toccaceli & Darren O’Rian, fondateurs Icône Lingerie



© KIM WEBER

‘ Nous avons trouvé que l’offre globale de marques de lingerie était excellente - on ne pouvait pas demander mieux ! Il y avait un équilibre parfait entre les marques de lingerie phares et les marques émergentes créatives. Nous avons trouvé quelques nouveaux fournisseurs potentiels, ce qui est formidable, et nous attendons déjà avec impatience le prochain salon en été. Sans oublier, les 3 défilés qui étaient incroyables ! ’

Martina Jameidar, Fenwick Limited (London)

‘ Je trouve que le salon évolue avec le marché et collabore avec succès avec les acteurs du secteur pour présenter les tendances actuelles et futures de l’industrie de la lingerie, du balnéaire et du loungewear. Les enseignements tirés d’Interfillière sont indispensables pour permettre aux entreprises de mieux s’approvisionner et de mieux suivre les tendances. La présence d’un nombre important de fabricants de tissus sous un même toit, et d’agences de tendances mettant en oeuvre des espaces créatifs pour inspirer, en fait un rendez-vous essentiel du calendrier des salons professionnels. ’

Ceri Williams, Senior Designer at MAS Intimates (UK)

PAROLES D’ACHETEURS

‘ En tant que boutique indépendante à New York, nous nous faisons un devoir d’assister au Salon International de la Lingerie pour découvrir les marques uniques et émergentes, ainsi que pour rencontrer les marques européennes emblématiques. Le salon était énergisant avec un réel "Let’s get back to life". Même si le marché européen est très différent de celui des États-Unis, j’ai l’impression qu’après deux ans pendant lesquels les consommateurs américains ont porté des basiques discrets, ils sont maintenant prêts à expérimenter de nouveaux styles, des éclats de couleur et à plonger dans un luxe abordable.

Susanne Alvarado, Sugar Cookies (NYC)

‘ C’était merveilleux d’être à Paris. J’avais l’habitude d’aller au Salon International de la Lingerie chaque année, mais je n’y étais pas retournée depuis 2020. Le défilé était spectaculaire avec beaucoup de couleurs, de créativité et très peu de soutiens-gorge beiges sur le catwalk ! L’appréciation profonde que les Européens ont pour la belle lingerie s’est vraiment manifestée. C’était génial d’être inspiré et j’ai hâte d’être à Curve New York, où nous passerons la majorité de nos commandes pour la prochaine saison. ’

Larisa Olson, Chantilly Lace (Chicago)

‘ Cela a été un réel plaisir pour l’équipe Glamuse de retrouver enfin le Salon International de la Lingerie ! C’est pour nous un moment unique d’échanges avec nos partenaires, dans une ambiance à la fois studieuse et décontractée. C’est également un moment de découverte de nouveaux talents et tendances... Nous avons trouvé cette édition particulièrement dynamique et colorée. ’

Laetitia Monaco, Glamuse (Luxembourg)



© GAELLE ANDRIANSTARAFARA



A propos de WSN — <https://whosnext.com>

WSN Développement est la société organisatrice des salons parisiens à destination des professionnels internationaux de mode, principalement marques et distributeurs. WHO'S NEXT, en janvier et septembre, présente le prêt-à-porter, l'accessoire, la beauté et le lifestyle aux côtés d'IMPACT, le rassemblement des initiatives favorisant la transition écologique et solidaire, et de TRAFFIC l'événement dédié aux solutions et innovations pour les distributeurs et marques de mode. Depuis mai 2021, WSN opère l'organisation de BIJORHCA pour la BOCI aux côtés de WHO'S NEXT. Pendant la Fashion Week en mars et en octobre, PREMIERE CLASSE présente les accessoires de mode accompagnés d'une fine sélection de prêt-à-porter. Depuis juillet 2022, WSN opère l'organisation du Salon International de la Lingerie et Interfilère Paris pour Eurovet aux côtés de WHO'S NEXT.

CONTACTS MÉDIA

AKAGENCY / Aleksandra Kawecki
aleksandra@akagencyparis.com
06.82.30.35.57