COMMUNIQUÉ DE PRESSE
PARIS, 27 JANVIER 2026

LE SALON INTERNATIONAL DE LA LINGERIE A ATTIRÉ LES FOULES

INTERFILIÈRE PARIS A CONFIRMÉ SON STATUT DE PÔLE D'EXCELLENCE DU SOURCING INTERNATIONAL

Le Salon International de la Lingerie a rayonné du 17 au 19 janvier 2026 à Paris Expo Porte de Versailles, confirmant son statut de carrefour mondial de l'intime. Avec **72% de visiteurs internationaux venus de 92 pays**, le salon s'est imposé comme le rendez-vous incontournable du marché de la lingerie, attirant les grands acheteurs du monde entier dans une atmosphère inspirante et dynamique.

Parallèlement, **Interfilière Paris a affirmé sa position de référence mondiale avec 86% de visiteurs internationaux venus de 65 pays**, confirmant que Paris reste l'épicentre de l'innovation matière et du sourcing stratégique.

Un marché qui se régénère : **30% de nouveaux visiteurs au Salon International de la Lingerie et 25% à Interfilière Paris** témoignent d'un renouvellement significatif du visitorat, porté par l'arrivée de nouveaux acteurs sur le marché.

*Ces données sont basées sur les visiteurs ayant déclaré venir en priorité pour le Salon International de la Lingerie et Interfilière Paris.

ROOM 0126 :
LA FORCE DU COLLECTIF

LE BOUDOIR LOS ANGELES

Cette édition a marqué un tournant stratégique : pour la première fois, le Salon International de la Lingerie et Interfilière Paris ont intégré le Hall 7 aux côtés de Who's Next, Bijorhca et Shoppe Object Paris, sous la bannière ROOM 0126.
Ce rassemblement unique de **1 760 marques et fournisseurs** a généré une dynamique exceptionnelle, avec un **visitorat global en hausse de 5%** par rapport à janvier 2025.
Le décloisonnement des univers mode, intime, sourcing, bijou et décoration a offert aux professionnels une vision transversale inédite, créant des opportunités de cross-selling évidentes pour les concept-stores et grands magasins. La lingerie, positionnée au cœur de ce réacteur créatif, a bénéficié d'une visibilité et d'une synergie sans précédent avec le prêt-à-porter, confirmant que l'intime est plus que jamais une catégorie fashion à part entière.

SALON INTERNATIONAL DE LA LINGERIE :
LA VITRINE MONDIALE

Le renouvellement du marché s'est confirmé avec l'arrivée de nouveaux acteurs (DNVB, concept stores diversifiés) et un regain d'intérêt pour la catégorie lingerie/loungewear. Les acheteurs venus de **Belgique (8,97%), d'Allemagne (7,21%) et du Royaume-Uni (5,02%)** ont dominé le classement, témoignant de la vitalité exceptionnelle des marchés nord-européens.

Le Salon International de la Lingerie a confirmé sa domination mondiale avec des chiffres éloquents :

- **220 marques** exposantes (32% de nouveautés)
- **Répartition France/International** : 28% France / 72% International
- **92 pays** représentés
- **30% de nouveaux visiteurs***
- **L'Offre** : 55% Lingerie / 25% Loungewear / 5% Beachwear
- **70% de l'offre internationale** (31 pays exposants)

Top 10 des pays visiteurs (hors France)* : Belgique (8,97%) • Allemagne (7,21%) • Royaume-Uni (5,02%) • Italie (4,77%) • États-Unis (4,30%) • Canada (3,64%) • Pays-Bas (3,60%) • Espagne (3,04%) • Suisse (1,84%) • Tunisie (1,64%)

Top 5 Pays exposants : Italie (11%), Allemagne (10%), Royaume-Uni (9%), USA (5%), Pays-Bas (4%)

UN VISITORAT ULTRA-QUALIFIÉ

Avec **52,80% de visiteurs occupant des fonctions de Direction Générale ou d'Achat***, le salon a attiré les décideurs. La représentation massive des **détaillants et concept stores (44,48%)*** confirme que l'événement est devenu l'outil de travail privilégié des acteurs du retail mondial.

*Ces données sont basées sur les visiteurs ayant déclaré venir en priorité pour le Salon International de la Lingerie.

UN PROGRAMME PLÉBISCITÉ PAR LES VISITEURS

Le programme riche et inspirant a conquis les visiteurs, confirmant que le salon est bien plus qu'une plateforme d'achat.

LES SHOWS : LE MANIFESTE FASHION DE L'INTIME

Les 5 défilés ont rythmé le salon, présentant les tendances Hiver 26/27 « Every Day Sensuality » et « The Selection ». Ces véritables fashion shows ont célébré l'audace, la créativité et la confiance en soi. Un tableau « Promincor - Lingerie Française » a ouvert chaque défilé, mettant à l'honneur le savoir-faire hexagonal.

LES CONFÉRENCES : LES CLÉS DU MARCHÉ DÉCRYPTÉES

Les conférences d'experts ont **rassemblé de nombreux visiteurs**, décryptant les enjeux majeurs du secteur : beauté et bien-être comme booster du marché avec Maia Mazaurette, modernisation de l'offre Curvy avec Elomi, tendances par Nelly Rodi et Vanessa Causse.

EXPOSED : GRAND SUCCÈS POUR LA NOUVELLE SCÉNOGRAPHIE

Positionnée stratégiquement à l'entrée du salon, cette nouvelle scénographie immersive d'Exposed a conquis les acheteurs. Véritable vitrine des labels émergents et lignes avant-gardistes, cet espace a réuni les créateurs qui bousculent les codes dans une ambiance inspirante.

THE WELLNESS CORNER : QUAND INTIME ET BEAUTÉ SE REJOIGNENT

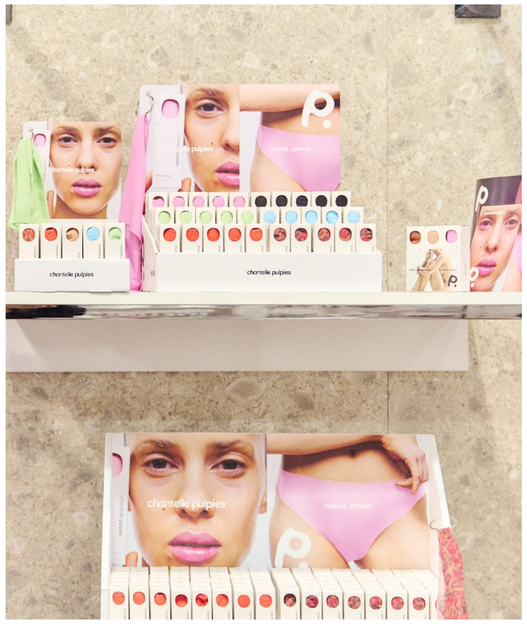
Nichée dans la zone jeunes créateurs, l'offre wellness a confirmé que lingerie et produits de soin se rejoignent naturellement. À la croisée de ces univers, le marché du plaisir s'affirme, lançant une nouvelle ère pour l'intime.

LA PAROLE AUX EXPOSANTS : UN BILAN UNANIMEMENT POSITIF

« Le salon, c'est un peu comme une réunion de famille : on y vient avec une légère appréhension, mais on est tellement content de s'y retrouver ! Nous avons la chance d'évoluer dans une industrie profondément humaine. Le Salon International de la Lingerie est le lieu précieux où l'on se retrouve, où l'on renforce les liens, où l'on prend le temps d'échanger véritablement. Cette édition revêtait pour nous une signification toute particulière puisque nous célébrions les 150 ans de Chantelle. Une belle occasion d'honorer notre héritage tout en nous tournant résolument vers l'avenir. C'était une très belle édition, dynamique et fédératrice. Elle illustrait parfaitement l'audace, l'enthousiasme communicatif, l'énergie et les idées innovantes qui caractérisent toute la filière lingerie. » **Guillaume Kretz, Directeur Général, CHANTELLE**

« Nous sommes ravis de notre retour au Salon International de la Lingerie après 13 ans d'absence. Cette édition a pleinement répondu à nos attentes en nous offrant une plateforme de développement international de référence. C'est le rendez-vous incontournable où tout l'écosystème de la lingerie est réuni : nous avons eu le plaisir de rencontrer l'ensemble des acteurs du marché – clients, distributeurs, partenaires – dans une ambiance à la fois très professionnelle et conviviale. Nous avons accueilli sur notre stand des acheteurs venus d'Asie, d'Europe, d'Europe de l'Est, du Moyen-Orient, mais aussi des États-Unis et du Canada. Toutes nos catégories de produits ont suscité un vif intérêt. Nous avons notamment enregistré une forte demande pour nos collants, avec une attente claire du marché pour de beaux produits fabriqués en France à des prix attractifs. Le secteur des chaussettes se révèle également très dynamique. Côté sous-vêtements homme, où nous sommes leaders, les retours sont tout aussi encourageants avec de grandes attentes de la part du marché. Un bilan très positif qui confirme la pertinence de notre retour. » **Jean-Raphaël Hetier, Vice-Président France Benelux, DIM**

« Ce salon demeure une véritable vitrine internationale. Cette édition s'est révélée particulièrement dynamique avec une belle diversité d'acheteurs venus du monde entier. Nous avons beaucoup apprécié l'esthétique du salon et son positionnement dans le Hall 7. »
Stéphanie Pérèle, Directrice de la Marque, SIMONE PÉRÈLE



CHANTELLE

SILKY MIRACLES

RILKE

WOMAN ESSENTIALS

LISE CHARMEL

« Pour ma première participation, j'ai reçu un accueil exceptionnel. Le succès a dépassé nos espérances et le salon s'est révélé une plateforme géniale : il m'a permis de rencontrer une usine présente à Interfilière Paris pour produire plus rapidement. La couverture médiatique a été incroyable et nous avons enregistré de très belles commandes avec des acheteurs du monde entier. Au-delà des résultats business, j'ai été touchée par la bienveillance des acteurs de ce marché. » **Clémence Pariente, Fondatrice, LE BOUDOIR LOS ANGELES**

« Nous sommes très satisfaits de cette édition. Nous avons constaté une belle augmentation du visitorat, notamment le samedi. Les acheteurs se sont montrés très intéressés par nos nouveautés, ce qui nous permet d'identifier les best-sellers de la saison à venir. » **Sophie Knis, Responsable Marketing et Communication Europe, WACOAL EUROPE**

« Notre participation au défilé a attiré de nombreux acheteurs sur notre stand. Nous avons accueilli beaucoup d'acheteurs internationaux et profité du salon pour rencontrer les fabricants présents à Interfilière Paris. Les échanges ont été très qualitatifs. » **NO COMMENT**

« Un très bon salon avec une journée du samedi particulièrement dynamique. Nous avons accueilli des acheteurs du monde entier et développé de belles prospections avec de nouveaux acheteurs potentiels. » **OSCALITO**

« C'est notre deuxième participation et nous sommes ravis. Une très belle édition qui nous a ouvert de belles opportunités commerciales avec les États-Unis, le Canada, le Japon et l'Europe de l'Est. » **CARVARO**

UNE BELLE ÉNERGIE SALUÉE PAR LES ACHETEURS

L'atmosphère chaleureuse et dynamique du salon a marqué les esprits, comme en témoignent les retours enthousiastes des professionnels :

« J'ai salué l'équilibre parfait de la sélection : des marques majeures haut de gamme aux labels de niche plus confidentiels. La lecture du salon était simple et efficace. Couplé à un programme de conférences pertinent et des défilés inspirants, c'est un outil de travail complet. » **Maria Hirsch, Acheteuse, OTTO (Allemagne)**
« J'ai ressenti une véritable énergie retrouvée sur ce salon. L'ambiance était chaleureuse, presque électrique. Cette atmosphère conviviale a rendu l'expérience d'achat stimulante et motivante pour toute l'équipe. On sent une dynamique positive qui porte le secteur. » **Laetitia Monaco, Acheteuse, GLAMUSE (Luxembourg)**

CARVARO

INTERFILIÈRE PARIS : LA RÉFÉRENCE DU SOURCING CRÉATIF INTERNATIONAL

Interfilière Paris a confirmé son statut d'événement le plus international du groupe avec **86% de visiteurs internationaux**, véritable catalyseur de l'innovation créative. Le salon s'est imposé comme **le rendez-vous privilégié où les équipes de style des plus grandes maisons et des jeunes labels** viennent sourcer l'innovation matière.

DATA & BUSINESS FOCUS

- **180 fournisseurs** (15% de nouveautés)
- **Répartition France/International** : 14% France / 86% International
- **65 pays** représentés
- **25% de nouveaux visiteurs***
- **L'Offre** : 28% Tissus / 19% Fabrication / 18% Dentelle / 17% Broderie
- **75% de l'offre internationale** (22 pays)

MATERIAL TRENDS FORUM

SOULIERS MARTINEZ

Top 10 des pays visiteurs (hors France)* : Royaume-Uni (14,56%) • Allemagne (6,27%) • États-Unis (6,27%) • Espagne (5,34%) • Hong Kong (4,70%) • Chine (4,42%) • Italie (4,33%) • Pays-Bas (3,96%) • Turquie (3,51%) • Suisse (2,31%)

Top 5 Pays exposants : Chine (38%), France (10%), Hong Kong (10%), Turquie (5%), Taïwan (5%)

LE SALON A ATTIRÉ LES DÉCIDEURS DU SOURCING MONDIAL

Les **33% de profils Créatifs**, première fonction représentée, prouvent que la R&D est clé et démontrent que les équipes de style des plus grandes maisons mondiales se déplacent ici pour sourcer l'innovation matière. Avec **34,27% de visiteurs en fonction rattachée à l'achat***, le salon a attiré les décideurs du sourcing mondial.

*Ces données sont basées sur les visiteurs ayant déclaré venir en priorité pour Interfilière Paris.

DES FOURNISSEURS ET DES ACHETEURS CONQUIS PAR LA DYNAMIQUE

« Cette édition était particulièrement symbolique pour nous puisque nous célébrions nos 170 ans ! Le salon nous a permis de très belles rencontres et d'accueillir de nouveaux clients. Il a été riche en nouveaux projets. Les marques se sont montrées très intéressées par nos nouveautés en matière de coques et d'armatures. Nos techniques d'assemblage, notamment le Bonding, très novatrices et très techniques, ont été particulièrement appréciées. Notre savoir-faire répond parfaitement aux attentes du marché car il offre de nombreux avantages en termes de confort, de finitions invisibles et de liberté de création. » **Olivier Martin, Directeur Général, ART MARTIN**

« Un salon très positif pour nous, avec de belles rencontres et un passage régulier tout au long des trois jours. Nous avons développé de belles prospections et des projets très intéressants sont en train de se concrétiser. Nous avons bien sûr reçu la visite de nos clients habituels, mais nous avons également ressenti beaucoup d'intérêt et de curiosité pour notre atelier et notre expertise de fabrication de la part d'autres marques. Cela nous a permis de présenter notre savoir-faire qui se diversifie aujourd'hui vers d'autres secteurs que la lingerie : l'homme, l'enfant, le maillot de bain, le sport et la chaîne et trame. Nous avons clairement senti un véritable intérêt pour la fabrication française. À ce titre, le fait que Chantelle Epernay ait été labellisé Entreprise du Patrimoine Vivant en août dernier constitue un vrai plus et valorise encore davantage notre expertise. » **Delphine Chapelot, Responsable Atelier, CHANTELLE EPERNAY**

« Un très bon salon pour nous. Notre nouvelle approche visuelle a été très appréciée. Nous avons retrouvé nos clients internationaux tout en développant de belles prospections. Les échanges ont porté aussi bien sur la lingerie que sur le prêt-à-porter. » **Maud Lescroart, Directrice Marketing, SOPHIE HALLETTE**

« Nous sommes très contents de cette édition. Nous avons accueilli de très nombreux clients français et internationaux. L'ambiance était excellente et la fréquentation supérieure à janvier 2025. » **ENCAJES**

« Un bon salon qui nous a permis d'accueillir des clients français et internationaux. Les marques se sont montrées particulièrement intéressées par nos gammes Luxe, confirmant une tendance du marché vers une montée en gamme. » **WILLY HERMANN**

« Une édition bien meilleure que l'année dernière ! Le fait d'être en synergie avec WSN générait une belle énergie. Nous avons accueilli de très nombreux clients. Côté tendances, forte demande sur le bonding et le coton. » **BEMIS**

« Nous avons été très impressionnées par cette édition. L'organisation optimisée et la qualité du Forum tendances ont rendu notre expérience fluide et enrichissante. » **Paulina Delacher & Fiona Feichtinger, Acheteuses, FILINI (Royaume-Uni)**

PARCOURS SOURCING & SOLUTIONS : LA TRANSVERSALITÉ AU SERVICE DE L'INNOVATION

La réunion des 5 salons a cristallisé une évidence : **le sourcing est aussi transversal**. Le parcours Sourcing & Solutions a permis aux marques de sourcer des dentelles sur Interfilière Paris, des composants bijoux sur Elements de Bijorhca, et des fabricants d'accessoires sur Who's Next.

Cette porosité entre les savoir-faire est la clé de l'innovation Produit. Les marques ont plébiscité ce momentum business unique qui leur a permis de construire leurs collections de A à Z, de la matière première au produit fini, en un seul lieu.

LE HUB CRÉATIF : LA BOUSSOLE DES TENDANCES

Le **Forum Matières de Tendances**, avec son décryptage réalisé par Nelly Rodi, a offert aux visiteurs une véritable boussole créative pour anticiper les attentes du marché. **La Chambre des Inspirations**, présentant la transformation des matières brutes en produits finis (chaussures, maroquinerie, bijoux, lingerie, denim, maille, prêt-à-porter), et **la Matériauthèque exhaustive** ont permis aux professionnels de toucher, comparer et sélectionner les matières qui donneront vie à leurs projets.
Les conférences quotidiennes et les visites personnalisées premium ont optimisé le temps et le sourcing des visiteurs, avec un décryptage des quatre tendances matières clés 2027.

MATERIAL TRENDS FORUM

Le Salon International de la Lingerie et Interfilière Paris ont tenu leurs promesses, confirmant leur statut de références mondiales incontournables. L'intégration au sein de ROOM 0126 a démontré que l'union fait la force : en décloisonnant les univers, WSN a offert une réponse concrète aux défis du marché.

L'énergie positive, les échanges constructifs et les opportunités business générées lors de ces trois journées confirment que ces événements sont bien plus que des salons : **ce sont les rendez-vous où se dessine l'avenir de l'industrie de l'intime et de la mode.**

Paris a prouvé, une fois encore, qu'elle reste l'épicentre mondial de la création et du business.

Contact Presse

Aleksandra Kawecki
0682303557
aleksandra@akagencyparis.com

À propos du groupe WSN wsn-events.com

Depuis plus de 35 ans, nous imaginons et concevons des événements qui inspirent, connectent et célèbrent la créativité.

La passion nous anime.

Positionné au carrefour de la mode, du design, du lifestyle et de la culture, le Groupe WSN propose des expériences qui unissent business et émotions.

Nous accompagnons les marques, les distributeurs, les jeunes talents et les professionnels des industries créatives.

En 10 ans, nous sommes passés de 2 à 12 événements annuels, tous différents et uniques, conçus pour répondre aux multiples attentes des industries créatives.

Nous avons lancé avec succès de nouveaux formats : Matter & Shape, DRP…

Au-delà de ces 12 rencontres et de notre rôle de facilitateur, nous avons souhaité aller plus loin et proposer des solutions concrètes et durables : WSN Academy, RUN, partenariats avec Ankorstore et Ulule…

La pluralité de nos entités constitue ainsi une force unique.

À Paris et à l’international, tout au long de l’année, chaque rencontre, qu’elle soit grande ou petite, apporte des réponses aux problématiques variées de nos clients et du marché.

L'évolution du groupe WSN :

→ 12 événements annuels, contre 2 il y a quelques années.

→ D'organisateur de salons à opérateur de salons.

→ Développement de 4 solutions concrètes.

→ Partenariats stratégiques avec ANDAM, Ankorstore, Ulule…

→ 150 000 professionnels participent chaque année.