

C'era molta attesa per l'ultima edizione di Intersélection, il Salone internazionale del pronto moda e degli accessori per la grande distribuzione, svoltosi dal 28 al 30 ottobre 2008 a Parigi. Infatti, la manifestazione rappresentava una vera e propria "prima" sia per le date prescelte - strategicamente inserite nel calendario degli eventi parigini del settore - sia per la sede: non più il Parc des Expositions di Paris Villepinte, ma la struttura fieristica di Porte de Versailles, un'istituzione per i Saloni dedicati proprio alla moda. Una scelta coraggiosa, fatta per rispondere alle esigenze e alle attese degli addetti ai lavori, offrendo loro un appuntamento sempre più interattivo e all'insegna del business di qualità.

A conti fatti, Intersélection ha vinto la sua scommessa, richiamando in tre giorni ben 6.573 visitatori registrati. Un risultato più che soddisfacente (+0,5% rispetto all'edizione di novembre 2007), che conferma come la Fiera parigina abbia la capacità di dare sempre nuovo slancio al comparto e di rappresentarne le novità e le tendenze, oltretutto in un contesto economico non facile come l'attuale.

Un appuntamento business oriented

Al centro della Fiera dello scorso ottobre vi era un concetto di fondo: la tendenza del consumatore ad "acquistare meno,

INTERSÉLECTION

Il salone parigino dedicato al pronto moda e agli accessori per la gdo rinnova il proprio successo



ma meglio", anche nella moda. Ciò significa dare una crescente importanza alla qualità: un concetto fatto proprio anche da Intersélection, che ha puntato sulla qualità degli espositori e quindi dell'offerta, ma anche sulla qualità dei contatti e delle informazioni per i visitatori, in un mondo della moda che si evolve sempre più velocemente e ha bisogno di creatività e fantasia. Tanto che entro il 2010 si prevede di arrivare addirittura a dieci collezioni all'anno. E proprio la creatività, l'innovazione, la reattività e la capacità di dare valore aggiunto al settore e ai suoi protagonisti, sono stati i punti di forza dell'ultima edizione della manifestazione.

I temi forti. Nell'arco di tre giorni, Intersélection ha proposto tre grandi temi: il pronto moda (collezioni uomo e donna); gli accessori, ai quali è stato dedicato un importante spazio di 8.000 mq ("Essentiels by Intersélection"); la bioetica nella moda, per stimolare i buyer a guardare con attenzione ai prodotti provenienti dal commercio equo-solidale, rendendoli sempre più accessibili a un consumatore "biosensibile". Un focus molto importante è stato dedicato al jeans, che rappresenta un comparto in forte crescita: tessuto mitico per eccellenza, sempre attuale, mai fuori moda, il denim è stato declinato in mille versioni e proposte.

La parola ai buyer italiani

Anche l'Italia era ben rappresentata a Intersélection. Tra i visitatori presenti per la prima volta, spiccavano Benetton e Preca Brummel. "Penso che Intersélection e, in particolare, lo spazio 'Essentiels by Intersélection', dedicato agli accessori - afferma Cristina Serena, del reparto "sourcing accessories" della multinazionale veneta - siano eventi molto positivi e interessanti. Vi ho potuto incontrare fornitori molto specializzati, con alcuni dei quali siamo in contatto per eventuali collaborazioni. L'assortimento proposto dalla Fiera è davvero molto vasto". Le fa eco Stefano Belloni, responsabile acquisti prodotto finito di Preca Brummel: "Era la prima volta che visitavo il Salone. Sono stato favorevolmente sorpreso dalla qualità degli espositori e delle collezioni esposte. Sono rimasto molto soddisfatto: alcuni espositori incontrati in fiera sono diventati nostri fornitori".

Grande punto di forza del Salone, secondo Serena, è anche il fatto di concentrare in un'unica sede fornitori di tutto il mondo, sebbene "il Salone dovrebbe essere più globale: i fornitori provengono maggiormente dall'Europa occidentale o dal Far East,



mentre quelli dell'Est Europa sono troppo poco rappresentati". Belloni sottolinea "la possibilità di confrontarsi con realtà internazionali restando in un unico luogo, facilmente accessibile. Semmai l'offerta dovrebbe essere ampliata, con fornitori di altre zone: il Salone è ancora un po' piccolo". Benetton è "alla ricerca di prodotti competitivi, ma anche innovativi. Abbiamo bisogno di poter scegliere e Intersélection è un'occasione preziosa per essere aggiornati su cosa propone il mercato". In effetti, conferma Belloni, "il mercato è destinato a essere sempre più internazionale: in quest'ottica, Intersélection è un punto di incontro comodo e conveniente, con un assortimento stimolante e adeguato alla grande distribuzione".

Il Forum. Una grande area nel cuore di Intersélection è stata dedicata alle tendenze più significative per l'estate-inverno 2009, selezionate e illustrate dall'agenzia di moda Peclers di Parigi. Tra queste, l'affermarsi di un abbigliamento che prescinde dalle stagioni e quindi si adatta trasversalmente a un tempo "né caldo né freddo".

I convegni. Come sempre, Intersélection ha proposto una serie di incontri e dibattiti su temi di forte impatto per gli addetti ai lavori: tra gli altri, il mestiere del buyer, il jeans "re dello sportswear", la "democratizzazione" della pelle, l'innovazione nella distribuzione organizzata, gli accessori.

Fatex. Accanto e in piena sinergia con Intersélection, c'è stato spazio per Fatex, la Fiera dei fornitori del mercato della moda, che ha visto una forte presenza di espositori provenienti dal continente asiatico (primi fornitori in volume) e dall'Europa centrale.

Una strategia di successo

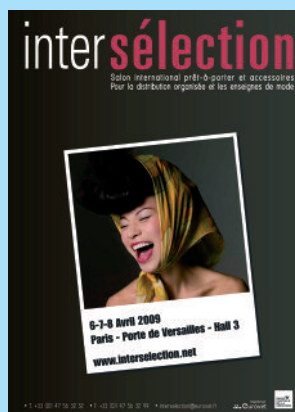
Insomma, Intersélection ha "fatto centro", anche grazie alla creatività di espositori come Carling, che nel suo grande stand ha proposto animazioni quali open-bar e sfilate. Gli espositori hanno mostrato soddisfazione per il taglio business che ha caratterizzato la Fiera e per la qualità dei visitatori incontrati. Non a caso, oltre il 70% degli espositori hanno già confermato la loro presenza alla prossima edizione, in programma dal 6 all'8 aprile 2009.

Sul fronte dei visitatori, il salone ha attirato le catene specializzate, i dettaglianti, i grandi magazzini,

Nuova collocazione alla Porte de Versailles e le nuove date (fine ottobre 2008): una scommessa vinta per Intersélection, che si è confermato l'appuntamento da non mancare per la business community del prêt-à-porter e degli accessori per la gdo. La prossima edizione è in programma dal 6 all'8 aprile 2009.

Le prime anticipazioni sulla prossima edizione

La prima edizione 2009 di Intersélection (6-8 aprile) sarà, ancora una volta, un'occasione speciale per fare il punto sulle novità del pronto moda e dell'accessorio per la distribuzione moderna. Tra le novità del Salone, spicca senza dubbio una partnership originale: Intersélection, infatti, offre ai suoi espositori una consulenza con l'agenzia di moda Peclers, da molti anni al fianco del Salone parigino. Per l'occasione, Peclers invita gli espositori presso i propri uffici per un workshop sulle tendenze della moda: un "coaching" per arricchire il loro know-how, dal quale potranno nascere idee e progetti per ciascun partecipante. Come sempre, nel cuore del Salone



spiccherà il Forum, che presenterà una speciale scenografia "product and trend" delle collezioni, firmata da Thierry Virvaire, art director di Intersélection.



la grande distribuzione specializzata e i discount, mentre le insegne di vendita per corrispondenza e degli ipermercati (francesi e non) hanno fatto registrare una lieve flessione. Quanto ai visitatori non francesi - il 30% del totale - si è rilevato un incremento di presenze da Paesi quali Germania, Spagna, Finlandia, Irlanda, Portogallo e Russia e una lieve flessione di Grecia, Italia, Gran Bretagna, Belgio, Polonia, Olanda.

Ha funzionato molto, per le grandi insegne, la "moda di qualità a piccolo prezzo". Per l'estate 2009, in particolare, gli articoli di maggior successo si prevede saranno le tuniche, i tessuti floreali, il cachemire, il folklore.

In particolare, l'iniziativa "buyer internazionali" - curata da Intersélection per riportare in Fiera i professionisti che non vi avevano mai partecipato o magari non la visitavano da alcune edizioni - ha riscosso un notevole successo. Per fare solo un esempio, i buyer russi sono stati piacevolmente sorpresi nello scoprire un salone che risponde alle loro attese di business.

Con queste premesse, Intersélection dà appuntamento al mondo del prêt-à-porter e dell'accessorio per il trade moderno per la prossima edizione, in programma dal 6 all'8 aprile 2009, sempre alla Fiera parigina di Porte de Versailles.



NOVALYS

Rappresentante per l'Italia
Novalys Italia srl
Via Bertini, 34
20154 Milano
Tel. 02.36538001
Fax 02.34532051
www.novalys.com
www.intersélection.net
guillaume.lebobe@novalys.com