

Data: Dicembre 2011

Pag: Copertina

Info: n. 2

CRÉATIONS
lingerie
INTERNATIONAL



Jersey Lomellina S.p.A.

Tel: +39 035 4389111

Mail: info@jerseylomellina.com

Fax: +39 035 791408

Sito: www.jerseylomellina.com


JERSEY LOMELLINA
technology • passion • quality



Марка Embrace получила приз за творческий подход при создании этой модели
Embrace received a creativity award for this model

Promising results of Mode City and Interfilier July premiere

In the occasion of their first July edition, the two lingerie trade fairs achieved results which were, least to say, encouraging: +10.5% of visitors at Mode City and +9% at Interfilier. A total of 27,017 buyers treaded the aisles of the fairs, according to Eurovet, which is 8% more compared to September 2010. The only (and expected) downside: participation of French retailers decreased...

Eurovet prepared a host of novelties and dedicated more space than ever to offer a maximum of information on what awaits us in the summer 2012. The recipe proved to be a success: the trade show was dynamic, both in terms of finished products and of textiles. The event attracted a large number of international visitors; in fact, their number grew by 23.5%. There was a significant increase in German guests (+47%), followed by the British (+32%), the Australians (+35%) and the Americans (+32%). The South of Europe, on the other hand, seems to have lost some steam, according to some exhibitors... Which made some, Valery among them, frown...

A new meeting point to be integrated by French retailers...

As expected, due to the sales season, the French were mostly absent from Mode City, with the national audience going down by 14% compared to September 2010. Only 28% of all visitors were French (as opposed to 35% in September 2010)... This is even more regrettable considering the significant return of French retailers to Mode City in September 2010: +27% compared to the previous year. Nevertheless, a large majority of brands declared themselves satisfied or very satisfied with

the trade show. This is the case of Emamo, of the Maryan beachwear group, Bip Bip, Implicite... The Columbian brand Caffe swimwear, a first time exhibitor at the fair, is delighted: "we're so glad we came!", Patricia Uribe, International commercial manager, shouted out. Christelle Malot, marketing manager for Barbara, estimates that "the number of visitors was far from exceptional", admitting though that Sunday was a busy day. In the opinion of Korine Yohay, Compagnie du Soleil commercial director, the results are positive, even though there were only few seasonal and beachwear retailers.

Interfilier finds its brands

When it comes to textile, the discussion has been clear-cut for some time now: September is too late to present collections. The change of date "was absolutely necessary because the beginning of September definitely proved to be too late", said Thomas Meyer, CEO of Bischoff. This embroiderer used to visit the majority of his European clients starting with the end of June. This is why July is considered completely ad hoc. However, some recognize that this date might be less obvious for finished products; in fact, "some visitors are already on vacation. And what is more, it's the sales period and rather annoying for the visitors who want to use the opportunity

«Июль это стало совсем не своевременно», – напоминает Tomas Meyer, Генеральный директор компании Bischoff. Юнионизатор посещал большую часть своих европейских клиентов, начиная с конца июня. Июль, следовательно, вполне подходил для этой цели. Даже если кто-то признает, что эта дата не так очевидна для готовых изделий, так как существуют потенциальные посетители, которые уже в отпусках. К тому же, уже проводятся распродажи, и это затруднительно для посетителей, которые используют поездку, чтобы сделать покупки и вдохновиться увиденными тенденциями», – как это объясняет Falco Weidemeyer, президент-генеральный директор компании Elastic Textile Europe. Как оказалось, салон Interfilliere прошел очень динамично. В отличие от Mode City, он не ощутил недостатка французских гостей, напротив, количество данных посетителей увеличилось пропорционально общему количеству посетителей разных стран: французы составили 28,5% общего количества гостей (по сравнению с 26,5% в сентябре 2010 года). Eurovet указывает, не приводя цифр, на «значительное увеличение количества» дизайнеров и закупщиков тканей как в одежде прет-а-порте, так и для белья и купальников. Со стороны участников – мы видим положительные итоги. «Салон показался мне спокойнее во всем», – констатировал Falco Weidemeyer (Elastic Textile Europe); между тем, как как у нас очень стабильная и узко специализированная база клиентов, количество наших посетителей было достаточно сопоставимо. «У нас было не больше клиентов, чем в сентябре 2010; с другой стороны, все крупные клиенты посетили, а качественный уровень [посетителей] скорее, повысился», – отметил со своей стороны Thomas Meyer (Bischoff). Xavier Minsac, коммерческий директор компании Ion Crea' Lys, зарегистрировал на 20 % больше клиентов по сравнению с сентябрем 2010 года. «Итоги положительные, главным образом, на качественном уровне», – подчеркнул он. Но все участники отмечают более сильное, чем когда-либо, давление цен, они чувствуют себя зажатыми в условиях между увеличением стоимости волокон и электроэнергии, а трудность состоит в том, как отразится это повышение на последующих продажах. «Клиенты требуют все более красивых, но менее дорогих, чем в предыдущем сезоне, изделий», – резюмирует Thomas Meyer (Bischoff). «Было бы странно увидеть снижение этого давления», – высказывает свое мнение Falco Weidemeyer (Elastic Textile Europe). И, наконец, более чем когда-либо, «каждая ткань должна соответствовать своей цене», – заявляет Xavier Minsac (Billon va'Lys).

Ittra смешивает купальники и белье

В рамках своего замечательного возвращения дефиле Ittra – целью которого является побудить к совместной работе творческие группы и производителей текстиля для создания оригинальных образцов – представило 64 изделия и шоу (это была премьера) одновременно купальники и белье. Презентация, организованная за пределами салона в рамках элегантнейшего павильона Камбон на площади



Форум Interfilliere
Forum Interfilliere

Вандом, собрала около 700 важных гостей.

Жюри, состояло одновременно из представителей агентств, стилистов, разработчиков, продавцов белья и иллюстрированных журналов. Наш главный редактор госпожа Valerie Charier была, в частности, членом этого жюри. Тайным голосованием было присуждено три намеренные премии. В данном случае, все торговые марки, отмеченные таким образом, являются мало известными для широкой публики. Марка Embrace из Ирландии получила, приз за креативность, британская марка Berle – приз за материал, а французская марка Thapelo – приз симпатий жюри.

Французское белье на почетном месте

Безусловно, французское белье всегда занимало важное место на международных выставках в этой области, как зимой, так и летом. Но в этот раз, впервые, организаторы салона Eurovet предоставили для него особое пространство и предусмотрели для каждой торговой марки время для выступления, что позволило стилистам подробно рассказать о своих коллекциях, их особенностях и о том, чем они вдохновились на их создание. Представители марок Aubade, Chantelle, Empreinte, Lejaby, Lise Charmel, Lou и Simone Perele смогли взять слово перед посвященными слушателями... ■