



---

## Premiere Classe

---

**8\_11**  
sept. 2017

---

Paris,  
Porte de Versailles



**WHO'S NEXT**  
réunit les collections de  
prêt-à-porter françaises  
et internationales à travers  
5 univers : FAME, PRIVATE,  
TRENDY, URBAN et STUDIO.

whosnext.com  
@whosnextdotcom

**PREMIERE CLASSE**  
dévoile les tendances accessoires de la  
saison à venir. Reconnu pour sa sélection  
haut de gamme, le salon présente des  
marques et des créateurs de bijoux,  
de chaussures, de maroquinerie et de  
différents accessoires spécialement  
choisis pour leur créativité, leur originalité  
et leur style.



premiere-classe.com  
@premiereclasseparis

## BILAN DE L'ÉDITION SEPTEMBRE 2017

### 'Positive Community' : pari réussi pour Who's Next et Premiere Classe.

À l'image de la thématique sociétale 'Positive community', l'objectif était clair ; remettre du plaisir et de l'optimisme dans l'environnement des salons, insuffler ainsi une nouvelle dynamique et permettre aux acteurs de notre industrie de reconsolider les liens. Une volonté d'Etienne Cochet depuis sa prise de fonction : « Comme annoncé il y a un peu plus d'un an à mon arrivée, Who's Next et Premiere Classe doivent ré-exprimer une nouvelle énergie, notamment en s'encrant dans des thématiques sociétales plus en phase avec la portée immense de la mode sur le marché du lifestyle au sens large. Après le succès de la thématique 'Girls Squad' inspirée des millenials de janvier 2017, cette nouvelle thématique 'Positive Community' s'inscrivait naturellement dans une continuité ».

Un défi relevé par Who's Next et Premiere Classe qui concluent cette édition sur une note optimiste et prometteuse.

#### Des chiffres en progression

Avec un visitorat en belle hausse, les salons Who's Next et Premiere Classe enregistrent 421 222 visiteurs ce qui représente une croissance de 10,1% par rapport à septembre 2016 avec un flux permanent de visiteurs sur les 4 jours.

Egalement à noter, une progression de + 28 % du nombre de visiteurs qui passent au moins deux jours sur les salons, indicateur de sessions de travail plus intenses grâce à une offre et des services mieux adaptés aux attentes des acheteurs.

La part des acheteurs dans le total des visiteurs a augmenté de 8 points et s'établit à 65%. La preuve aussi que début septembre reste une date importante dans la mise en place d'échanges fructueux entre marques et distributeurs.

En matière de répartition France/International, la part du visitorat français demeure stable à 64% tout comme le classement des pays visiteurs, avec à sa tête l'Italie, suivie de l'Espagne, de la Belgique, du Japon et du Royaume-Uni.



## Des solutions mises en place et appréciées des acheteurs

Who's Next et Premiere Classe ont tenu leur promesse en s'investissant davantage auprès des acheteurs. Annoncé il y a un an, de nouveaux services ont été mis en place cette saison afin de faciliter les échanges et d'offrir une meilleure compréhension du marché. Une initiative largement saluée par les visiteurs et les exposants. Le Club acheteurs VIP, le 'Gallery Store', les parcours acheteurs, les applications mobiles et les conseils de l'équipe du Personal Shopper sont autant d'outils qui ont permis des visites plus efficaces et optimisées.

Plusieurs acheteurs ont également salué la lisibilité et le renouvellement de l'offre produit avec des collections qualitatives et créatives tant chez les marques établies que chez les collectifs de jeunes labels présents.

L'espace Fashion Solutions, grande nouveauté de septembre 2017, présente un concept fort regroupant les solutions wholesale et retail innovantes à destination des détaillants de mode français et internationaux : marques comme distributeurs.

4 jours de découvertes à travers un riche programme de conférences sur des sujets essentiels comme les réseaux sociaux, la technologie et la mode, les tendances ou encore les nouveaux modes de consommation. Mais aussi des workshops animés par les experts de Fashion Solutions apportant des propositions concrètes aux détaillants pour enrichir l'expérience d'achat et ainsi développer les ventes au détail.

Enfin des sessions de networking ont favorisé les rencontres entre tous les acteurs du secteur présents sur les salons ; une énergie déployée qui a marqué les visiteurs nombreux à se rendre sur cet espace du hall 3.

Jean-Marc André, Directeur marketing et communication des salons, souligne d'ailleurs cette nouvelle initiative : « En plus de tous ces nouveaux services aux acheteurs et aux visiteurs, le salon a pris le lead et rempli à la fois son rôle de plateforme de rencontre et de promotion en fédérant autour de lui l'écosystème de l'innovation et de la Fashion Tech ». 4 jours d'échanges et de dialogues avec des partenaires français et internationaux, comme l'accélérateur Lafayette Plug & Play et le festival Fashion Tech Days venus présenter leurs start-up, ainsi que des speakers de renom tels que Sophie Fontanel, Liz Bacelar de **The Current**, Elisabeth Cazorla des Galeries Lafayette et BHV, Julie Pellet d'**Instagram**, ou encore Alexandra Van Houtte de **Tagwalk**.

Enfin, rendre l'offre Who's Next et Premiere Classe plus transversale faisait partie des objectifs assignés par Etienne Cochet. La route est prise puisque cette session a accueilli de nombreux espaces lifestyle avec des marques comme Bensimon/Autour du Monde mais également des créateurs comme Chaumière Oiseau, Musaka, La Manufacture Parisienne, Woodim ou encore Tombées du Camion. Une stratégie au service des acheteurs permettant d'enrichir leur offre, dans un marché toujours en mouvement.





## Des exposants attentifs

En prêt-à-porter ou en accessoires, les marques ont globalement ressenti une atmosphère de reprise, notamment provenant de l'international. De surcroît, nombreux sont ceux qui ont noté avec plaisir l'ouverture de nouveaux comptes français.

Un regain d'énergie, un optimisme affirmé et une communauté en devenir, c'est le ressenti principal des participants qui saluent l'effort de Who's Next et Première Classe à placer l'humain au cœur de l'industrie.

Les animations présentes dès l'entrée des salons ont grandement contribué à cette atmosphère réjouissante. Nombreux ont été ceux qui ont assisté aux événements, écouté les artistes en Live et participé aux animations proposées par les collectifs, notamment le Festival Athléisure ou encore l'Atelier Meraki.

En cette rentrée, Who's Next et Première Classe ont contribué à retisser les liens entre tous les acteurs du secteur de la 'communauté positive', résolument tournée vers l'avenir avec la ferme envie et la volonté d'innover



Contact presse  
Lappartpr  
Caroline Bonnet  
+33 (0)1 44 55 04 70  
caroline@lappartpr.fr



@whosnextdotcom  
#WSN17 #Positivecommunity  
whosnext.com



@premiereclasseparis  
#PremiereClasse  
premiere-classe.com