



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 06 octobre 2023

4 JOURS

du vendredi 29 septembre
au lundi 2 octobre 2023

Paris, Jardin des Tuileries

Premiere Classe

PREMIERE CLASSE, 4 JOURS DE BUSINESS BOUILLONNANT



La mode est un mouvement, on ne le dira jamais assez. Un état, une attitude, une vibe. Celle de l'époque, de l'ici et du maintenant. En pleine effervescence de la Fashion Week parisienne, alors que la capitale française était l'objet de tous les regards, Premiere Classe a montré une fois encore qu'il était au centre de ce mouvement. Au cœur de Paris, dans le Jardin des Tuileries, ses trois tentes baignées de soleil ont dévoilé le meilleur de l'accessoire des saisons à venir, une sélection des créateurs prêt-à-porter et le festival culturel DRP, dans une atmosphère légère et joyeuse. Des collections pointues et solaires, un visitorat curieux et dynamique et le flow bouillonnant de DRP et de ses kids ultra-loo-kés ont ainsi rythmé cette nouvelle édition de Premiere Classe. Quatre jours de création, de rencontre et de fête où l'on lisait sur les visages l'enthousiasme et la vitalité d'une industrie en pleine métamorphose désireuse de créer un business pérenne à son image.

STREET & STYLE

C'est dans la capitale de la mode que la création se fête. Professionnels, influenceurs, kids et initiés se sont retrouvés aux portes du Jardin des Tuileries pour célébrer une nouvelle saison de mode haute en couleurs grâce à des créations vibrantes, un artisanat flamboyant et des concepts innovants. Durant quatre jours, les visiteurs ont arpenté les allées de Premiere Classe afin de découvrir les 350 marques exposées, tout en prenant le pouls de l'industrie. Trois tentes, une scénographie lumineuse signée Paf atelier, lisible et épurée ont ainsi permis aux passionnés de découvrir les multiples facettes de l'accessoire - chaussures, joaillerie, bijoux, maroquinerie etc - mais aussi du prêt-à-porter. Au total, pas moins de 105 pays visiteurs se sont retrouvés sur Premiere Classe avec 31% de public



Vanessa Arizaga

français et 69% international. Parmi les pays les plus représentés figurent ainsi dans l'ordre : l'Italie, le Japon, les États-Unis ou encore l'Espagne, suivi de près par l'Allemagne, la Belgique, le Royaume-Uni, la Suisse, la Corée du Sud et la Chine. On compte ainsi +15,44% de visitorat par rapport à octobre 2022 et +6,78% par rapport à mars 2023.

“Premiere Classe assure son positionnement historique de leader et s'impose comme le rendez-vous immanquable de l'accessoire. C'est ici à Paris qu'il s'exprime, qu'il évolue, qu'il vit. C'est une très belle édition qui témoigne d'un climat d'affaires au beau fixe, malgré certaines difficultés rencontrées par l'Europe et les États-Unis, et qui marque le grand retour de l'Asie, mais aussi de nouveaux acteurs, comme l'Australie. Le succès de Premiere Classe est un signal encourageant pour l'ensemble des créateurs qui constatent l'intérêt croissant de l'industrie pour l'accessoire et qui peuvent ainsi se différencier face aux mastodontes que sont le luxe et la fast-fashion”.

Frédéric Maus, Directeur Général de WSN.

LES MARQUES ET CRÉATEURS DE PREMIERE CLASSE :

350 créateurs et marques dont	
25% de nouvelles	30 pays représentés
Répartition géographique :	
35% France	65% International

Top 5 des pays hors France		
22%	→	Italie
6%	→	Espagne
5%	→	Japon
4%	→	Royaume Uni
4%	→	États Unis

Répartition de l'offre Premiere Classe		
23%	→	sacs & maroquinerie
23%	→	bijoux
19%	→	accessoires textiles
17%	→	prêt-à-porter
17%	→	chaussures
1%	→	autres accessoires

DRP Festival : 70 activations

LES VISITEURS DE PREMIERE CLASSE :

+16% de visiorat par rapport à octobre 2022

+7% de visiorat par rapport à mars 2023

Au total 105 pays représentés.

23 % des venus ont déclaré visiter Premiere Classe pour la première fois

Typologies des acheteurs venus

45% → Détaillants multimarques / Concept store

7% → Grands Magasins

4% → E-commerce

17% → Bureau d'achat

Répartition géographique

31%
France

69%
Internationaux

Top 10 des pays

11% → Italie

8,30% → Japon

6% → États Unis

4,37% → Espagne

4,49% → Allemagne

3,51% → Belgique

3,44% → Royaume Uni

2,94% → Suisse

2,62% → Corée du Sud

2,20% → Chine

4ccccce



Van Den abeele



UNE ÉDITION WORLDWIDE, POSITIVE ET LUMINEUSE

Au-delà des fidèles initiés de Premiere Classe, 23 % des visiteurs ont déclaré découvrir le salon pour la première fois. Toute la profession s'était en effet donné rendez-vous, attiré par des momentums comme la signature du nouveau livre de Nelly Rodi, la fondatrice de la célèbre agence et filiale parisienne. Détaillants multimarques, grands magasins, fabricants, artisans, bureaux d'achat, sans oublier la presse, l'influence ou encore les showrooms - Pintu (Indonésie), Adélaïde (Italie) ou Roche (France) - tous ont répondu présents. L'ensemble des marques ont salué la qualité du public de Premiere Classe qui compte les meilleurs acheteurs du monde et les représentants des plus belles boutiques. La fondatrice Mariela Schwarz de la marque de luxe durable Amambaih confie ainsi :

“On est 100% contents. Cette édition de Fashion Week a été très réussie. On a rencontré une excellente clientèle, des boutiques de renom venues de France, des États-Unis ou du Japon. Notre stand n'a jamais désempilé. Notre marque est jeune et c'était super de voir que le public était réceptif.”

Pour Mariana Mendez, à la tête de la marque de luxe éponyme basée à Barcelone, cette édition est très réussie.

“Cela fait quatorze ans que je n'ai pas fait de salon mais je suis très heureuse d'être de retour. J'ai retrouvé d'anciens clients d'Italie ou du Japon, mais aussi de nouveaux venus de France, de Suisse et même d'Égypte. J'ai déjà de nombreuses commandes.”

Un retour joyeux et salutaire que confirme également la créatrice Venessa Arizaga fondatrice de la marque de bijoux éponyme basée à Porto Rico :

“Cela faisait sept ans que je n'étais pas venue. C'est génial, cela fait du bien de retrouver les acheteurs de Premiere Classe, mais aussi de nouveaux prospects. C'était un show très fun, le temps était radieux et tout le monde semblait content de se retrouver. Pour nous, c'est vraiment l'un des salons où l'on fait le plus de business.”



À l'entrée de la tente Tuileries, la créatrice de Transparent Sunglasses, Margot Hogan accueille les acheteurs tout sourire pour présenter son entreprise de lunettes fondée en 2020 et basée au Texas, États-Unis.

“J'ai adoré mon expérience Premiere Classe, j'adore mon stand ! J'ai rencontré des gens incroyables, j'ai beaucoup de suivi à faire en rentrant. C'est le seul salon worldwide en Europe pour lequel je fais le déplacement et où je peux rencontrer de nouveaux clients qui ne se déplacent pas à New York ou à Miami.”

Pari réussi également pour les deux fondatrices américaines de Freya, dont les pièces artisanales sont faites à la main en Équateur selon une tradition datant de 3 000 ans.

“Cette première expérience sur Premiere Classe était un test à la rencontre d'une nouvelle clientèle européenne et internationale. Cela s'est très bien passé, c'est vraiment différent de ce que nous connaissons habituellement aux US. On a rencontré de nouveaux clients français, mais aussi grecs ou italiens. C'est aussi très agréable d'être à Paris et de voir des gens chics et si bien habillés.”



Lola Mossino x Indra Eudaric

Pour Domestique, gagnants du Prix Accessoires de mode de la Création de la Ville de Paris 2023, cette édition marque un tournant dans leur développement à l'international.

“Cette édition a clairement été la meilleure de toutes nos participations à Première Classe, la nouvelle collection Marché Nouveau a fait beaucoup d'émotions! À commencer par les boutiques et distributeurs Japonais qui ont montré un réel engouement, tout comme les Coréens. Les États-Unis, l'Allemagne et l'Italie aussi. Nous avons pu ouvrir de nouveaux marchés comme la Suède, ce qui nous ravit ! Première Classe est notre salon de cœur depuis les débuts de Domestique, nous n'avons manqué aucune édition depuis 2017 et sommes fidèles au rendez-vous.”

CRÉATION CONTEMPORAINE ET BRUT ICONS

La création contemporaine était aussi au rendez-vous à l'instar des designers du Festival International de Mode, de Photographie et d'Accessoires de Hyères qui a dévoilé son nouveau vivier de talents sur Première Classe avec les talentueux Joshua Cannone (Cannone France), Grand Prix du Jury Accessoire de la 37e édition, mais aussi le duo formé par Lola Mossino & Indra Eudaric, les lauréats du Prix Hermès des accessoires de mode. Nathalie Dufour, directrice de l'Andam, est venue admirer les silhouettes iconoclastes de ses derniers lauréats parmi lesquels le duo emblématique belge Ester Manas, le créateur épris de littérature Louis Gabriel Nouchi, sans oublier l'iconoclaste Arthur Avellano. Jeanne Friot était également présente pour faire le lien avec la tente DRP et son nouveau territoire d'inspiration à 360°.



Domestique



Pierre-François Valette

Le designer styliste Pierre-François Valette, à la tête de sa marque éponyme qui défile pour la Fashion Week parisienne Homme, était aussi heureux de cette expérience Première Classe. Passé par les rangs de Saint Laurent ou Isabel Marant, ce jeune insider de la mode confie :

“J'ai beaucoup appris ici et j'ai pu testé mes créations auprès d'un public éclectique où j'ai pu connecter autant avec des magasins de luxe axés sur l'éco responsabilité qu'avec une petite boutique de bord de plage. C'était très intéressant.”

Théo, à la tête de la marque de joaillerie Alt confirme également :

“C’est une belle première édition. Je suis très content car les acheteurs internationaux sont là et depuis un an, j’ai un gros attrait pour l’Asie et j’ai réussi à avoir de nouveaux contacts japonais. J’ai aussi rentré plusieurs boutiques, dont un grand magasin à Tokyo, à Genève ou encore à Noirmoutiers.”

Pour son premier passage, la marque asiatique de chaussure 4cccees explique également :

“On voulait présenter nos designs à la clientèle française et européenne, c’est un bon match. C’est un avantage d’être en plein cœur de Paris durant la Fashion Week, on reviendra.”

Une édition aussi fructueuse pour Mariana Aguirre, de la marque espagnole Romualda :

“Les gens sont là pour faire du business, tout est très fluide. Paris est définitivement le centre névralgique de l’industrie de la mode.”



Room



DRP festival

LE LABEL DRP : FRIENDS & FAMILY

Pari gagnant pour DRP qui a rassemblé plus de 800 professionnels dès le vendredi - journée dédiée au BtoB, rassemblant au total sur les 3 jours près de 6500 personnes dans ce temple de la culture street, où se sont croisés Sarah Andelman (Colette), Nathalie Dufour (Andam) et de nombreux influenceurs tels que le singulier Escalope viande hâchée, mais aussi Sarah Harouri ou encore Lpee. À l’image de Don’t Believe The Hype il y a dix ans, DRP a tenu sa promesse : créer un pont entre Premiere Classe et la jeune création, faire rayonner la street-culture et ses initiés et réconcilier la Fashion Week avec les marques indépendantes, mais aussi le public qui a pu profiter d’une expérience totale comme un insider de la mode.

Du matin au soir, la tente DRP a rythmé au son des lives, animations et happenings : talks by Konbini, enchères avec Voggt, chorégraphie robotique de l’artiste Céline Shen, et de ses danseurs, mais aussi des soirées, à l’instar de celle menées par l’infatigable Maureen qui a enflammé le dancefloor. Une expérience immersive et participative à 360° où le lifestyle régnait en maître et que l’on pouvait vivre en crew, seul ou en famille pour tester la pléiade d’ateliers (nails, tatouages etc.) qui n’ont jamais désempilé. Le magazine DRP a transposé son énergie créative dans les allées de DRP, accueillant journalistes, photographes, jeunes pousses de la création et aficionados d’art et de streetwear. Les skateurs s’étaient aussi donné rendez-vous pour “Game of Skate”, une compétition inédite avec le champion du monde Aurélien Giraud et autres grands noms de la profession. Fort d’une communauté cool et soudée, DRP s’impose comme l’unique rendez-vous de la street-culture à Paris en fédérant sa communauté autour d’un événement immersif et inclusif. Pour l’année prochaine, DRP think big. Stay tuned.

Rendez-vous en mars pour la prochaine édition de Premiere Classe qui célébrera ses 35 ans.

CONTACT AND SAVE THE DATES

À PROPOS DE WSN - 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, PREMIERECLASSE présente les accessoires de mode accompagnés d'une fine sélection de prêt-à-porter.

En juin 2022, WSN lance DRP, festival BtoC et magazine dédié à la street culture.

Depuis juillet 2022, WSN opère l'organisation du SALON INTERNATIONAL DE LA LINGERIE, CURVE PARIS et INTERFILIÈRE PARIS pour EUROVET à la Porte de Versailles, en janvier et en juillet.

SAVE THE DATES

WHO'S NEXT, IMPACT, NEONYT PARIS, BIJORHCA, TRAFFIC, SALON INTERNATIONAL DE LA LINGERIE & INTERFILIÈRE PARIS
DU 20 AU 22 JANVIER 2024 -
PORTE DE VERSAILLES

PREMIERE CLASSE
DU 1ER AU 4 MARS 2024
& DU 27 AU 30 SEPTEMBRE 2024
JARDIN DES TUILERIES, PARIS

CONTACT

CONTACT PRESSE WSN CHEZ 2^e BUREAU
HUGO HOWLETT
+33 6 18 08 10 55
H.HOWLETT@2E-BUREAU.COM

