

Le Salon de la lingerie élargit et diversifie son offre

■ Le rendez-vous accueille pour la première fois un "parcours franchise".



FRANK BARYLKO / JOURNAL DU TEXTILE

UNE belle affiche. Le Salon international de la lingerie de Paris, qui se tient à la porte de Versailles du jeudi 24 au dimanche 27 janvier, accueille cette année, parmi ses 125 nouveaux exposants (parmi les 590 présents), certaines marques prestigieuses, nouvelles ou de retour. On note d'abord la présence, pour la première fois, de la filiale France du géant japonais *Wacoal*. Un événement

de jour junior présentée dans un packaging original, et *Elixir*, la marque «grand maintien» de *Lejaby*, qui prend son envol en s'offrant un stand à part.

Cette session est marquée, par ailleurs, par la mise en avant de l'univers de la lingerie liée au bien-être et au confort, via la création d'un secteur *Morphing-wear*, qui va regrouper toute l'offre de lingerie proposant des produits remodelants, mais

aussi de maternité, de sport et postopératoires. «Certaines des marques étaient déjà présentes mais dispersées dans le Salon. Là, nous prenons le parti de les réunir pour rendre l'offre plus claire», indique Cécile Vivier, responsable du Salon et de sa partie commerciale. Parmi les marques nouvelles dans ce segment, on note *Hot Milk*, qui offre de la lingerie de maternité sous un angle glamour, ou encore *Oémée*, une

nouvelle marque française spécialiste de la lingerie postopératoire.

Autre nouveauté du Salon : le «parcours franchise». Conscients qu'une distribution moderne et efficace est devenue la clé du succès des marques de lingerie comme des boutiques, les organisateurs du Salon de la lingerie ont souhaité que des enseignes telles que *Body One* ou *Valège*, mais aussi des marques qui gèrent elles-mêmes leur diffusion apportent des conseils aux visiteurs pour optimiser leur façon de vendre la lingerie. Voire devenir franchisés. «De plus en plus, les détaillants de lingerie qui marchent sont ceux qui travaillent comme des grands magasins ou comme des réseaux de boutiques», justifie Cécile Vivier pour expliquer cette incursion de la franchise dans le Salon. Ce parcours a été élaboré avec l'aide de l'Observatoire de la franchise et de *AC Franchise*. Il s'accompagne d'une journée de conférences consacrées à cette thématique, le samedi 26 janvier.

Les conférences du vendredi 25 janvier, sont regroupées sous la bannière du développement durable. Marques et boutiques travaillant sur ce marché vont y exposer leur conception de la lingerie responsable et équitable. Autres rendez-vous : l'opération *Speed Dating*, qui permet aux jeunes marques de se présenter en quinze minutes (le jeudi 24); des focus commerciaux sur le marché russe ou la Chine (le jeudi 24 également); des conférences tendances par *Promostyl* et *Concepts Paris*. Sans oublier *Ultra-Lingerie*, qui présente, le premier jour du Salon, à 19 heures, soixante prototypes conçus par des marques exposantes sur le thème de l'ultra-modernité; le défilé général (deux fois par jour); le défilé homme; enfin, le forum de tendances général, où les quelque 22.000 visiteurs français et internationaux sont invités à découvrir les tendances automne-hiver 2008-09. **BÉNÉDICTE JOURGEAUD ●**

LA PRÉCÉDENTE ÉDITION DU SIL. Près de 600 exposants sont attendus, dont 125 nouveaux, par les organisateurs du grand Salon parisien.