

Denim by  
Première  
Vision

# GANGS ØF DENIM

NOV. 19 / 20.2014

BARCELONA - FIRA MONTJUÏC - HALL 8

BILAN PRESSE  
19 - 20 NOVEMBRE 2014

## Denim by Première Vision atteint ses objectifs et réunit la communauté du denim à Barcelone

Barcelone, deuxième opus, et près de 4 000 visiteurs internationaux (3 905 précisément). Pendant deux jours d'échanges fructueux et d'activité intense, Denim by Première Vision s'est affirmé comme le point de rencontres et d'inspiration hors pair pour tous ceux qui comptent dans l'industrie du denim mondiale.

En 15 éditions, le salon international de l'amont de la filière du jeanswear est ainsi devenu un rendez-vous influent et essentiel pour la profession qui avoue l'inscrire chaque saison dans son calendrier.

Pour les uns, c'est le lieu idéal pour présenter ses derniers développements et l'occasion unique de rencontrer les acheteurs du monde entier. Pour les autres, c'est le passage obligé pour s'inspirer et perfectionner la mise en place des collections. Qu'ils soient exposants ou visiteurs, ils sont unanimes : le salon est aujourd'hui pour eux un outil de travail indispensable.

Les objectifs sont donc atteints pour Denim by Première Vision qui a confirmé son leadership auprès de la communauté internationale du denim, rassemblée autour des valeurs qui ont fait et qui font plus que jamais son succès :

- ▶ une offre sélective et haut de gamme, reflet du marché premium international ;
- ▶ un lieu d'inspirations, d'échanges et d'événements exclusifs ;
- ▶ une scénographie originale, surprenante et décalée.

Une chose est sûre : Denim by Première Vision fait la différence !



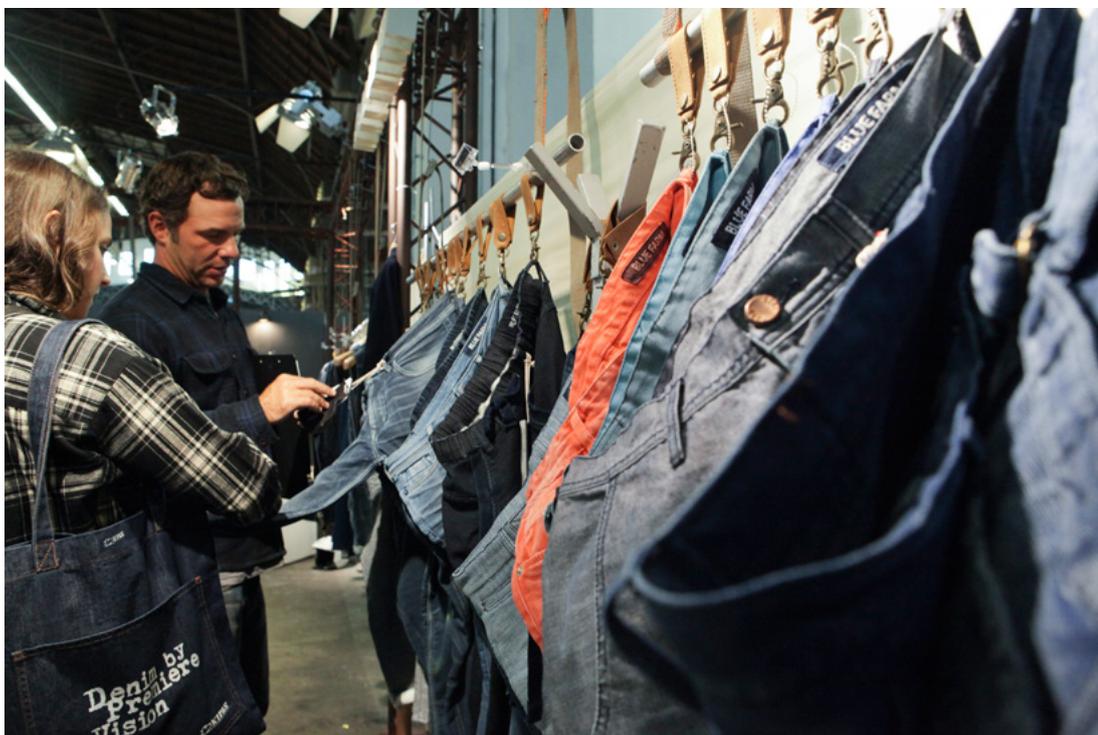
© Première Vision SA - Bianca de Vilar - Pierpaolo Sarra

## Une offre qualitative et sélective

C'est avant tout grâce à une offre spécialisée, rigoureusement sélective et haut de gamme, à la pointe de la créativité et de l'innovation, et renouvelée chaque saison, que Denim by Première Vision peut répondre aux besoins de son marché cible, celui du denim premium, en quête d'exclusivité et de produits toujours plus élaborés et sophistiqués.

Lors de sa dernière édition, le salon accueillait **98 exposants** parmi les entreprises les plus influentes du secteur - Tisseurs (48%), confectionneurs/ délavateurs/ finisseurs (22%), fabricants d'accessoires (20%), producteurs de fibres et filateurs (4%), développeurs de technologies et organismes de promotion (7%).

Internationaux, ils sont issus des **20 pays de production et de confection à forte valeur ajoutée** parmi les plus importants de l'industrie du jeanswear : Turquie (30% des exposants), Italie (20%), Espagne (8%), Maroc (7%), Tunisie (3%), ou encore Japon, Inde, Pakistan, Hong Kong et Brésil.



© Première Vision SA - Bianca de Vilar - Pierpaolo Sarra

Des professionnels exposants qui présentaient ici leurs savoir-faire, technologies, développements et collections pour le printemps été 2016. En redoublant de créativité et d'imagination, ils ont su mettre en avant les qualités premium de leurs produits sur des stands mis en scène de manière souvent très originale.

## Des visiteurs premium internationaux

Cette offre exclusive et inégalée a permis à Denim by Première Vision d'attirer cette saison encore un visitorat international de grande valeur en quête de qualité et d'exclusivité.

**Marques de mode et de jeanswear premium et haut de gamme, pure players, grands groupes de distribution, stylistes indépendants, grands noms du luxe... près de 4 000 aficionados sont venus découvrir en avant-première le fleuron de l'industrie du denim, représentés par leurs donneurs d'ordre, leurs décisionnaires et leurs créatifs :**

*7 for all Mankind, Abercrombie & Fitch, Acne Studios, Auchan, Benetton, Berluti, Bershka, Bonobo, Burberry, Calvin Klein, Celio, Chanel, Chevignon, Chloe, Comptoir des Cotonniers, Current Elliott, Desigual, Diesel, El Corte Ingles, Esprit, Gant, GAP, Groupe Zannier, G-Star, Gucci, Guess, H&M, Hugo Boss, IKKS, Inditex, J-Brand, J-Crew, Jack & Jones, Jules, Karen Millen, Karle Lagrefeld, La Redoute, Lee Cooper, Levi's, Le Temps des Cerises, LF 47, Maje, Mango, Marc by Marc Jacobs, Mars & Spencer, Massimo Dutti, Mexx, Osklen, Pepe Jeans, Primark, Quicksilver, Ralph Lauren, Relay, River Island, Scotch & Soda, Springfield, Teddy Smith, Tommy Hilfiger, Top Shop, Top Man, Uniqlo, Urban Outfitters, VF Corporation, Vivienne Westwood, Wrangler, Zara, Zegna...*

**A 72% internationaux**, issus d'une soixantaine de pays, ils témoignent de l'attractivité de Denim by Première Vision.



© Première Vision SA - Bianca de Vilar - Pierpaolo Sarra

### **Une fréquentation fortement européenne et une zone Euromed dynamique et toujours bien représentée**

Véritable vivier de marques de mode et de jeanswear, l'Europe reste la région la plus représentée au salon avec 70% des visiteurs. Après l'Espagne, la Turquie rassemble le plus grand nombre de visiteurs (13%), suivie par l'Italie (12% du visitorat), puis le Royaume-Uni et la France (6,5% des visiteurs chacun), ou encore l'Allemagne (6%), le Portugal et la Belgique (respectivement en 11<sup>ème</sup> et 13<sup>ème</sup> positions).

L'intérêt des pays d'Europe du Nord et de Scandinavie, marchés spécialistes du denim premium, reste important. Ils représentent 6% du visitorat total et sont la preuve du large rayonnement européen du salon. En tête les Pays-Bas (au 7<sup>ème</sup> rang), suivis de la Suède et du Danemark.

Le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord, avec la Tunisie et le Maroc en première ligne, démontrent l'importance du rôle des confectionneurs/ finisseurs/ délaveurs qui viennent ici rencontrer leurs clients tisseurs. Mais c'est surtout la Turquie, toujours aussi dynamique et performante en matière de jeanswear, qui s'impose. Au 2<sup>ème</sup> rang des pays visiteurs, les donneurs d'ordre turcs sont venus en nombre.

### **Une présence nord-américaine en hausse de 38%**

L'Amérique du Nord a connu une progression exceptionnelle, les Etats-Unis en tête (+38% vs nov.13) qui sont au 8<sup>ème</sup> rang des pays visiteurs. Des visiteurs, qui comptent parmi les acteurs les plus prestigieux de l'industrie du denim, et qui n'ont pas hésité à traverser l'Atlantique pour se rendre au salon.

## Une saison printemps été 16 aux couleurs des Gangs of Denim

Dans une atmosphère arty, ludique et décalée, les visiteurs pouvaient découvrir les orientations mode et les derniers développements d'un printemps été 2016 riche d'une créativité audacieuse.

Tissus, accessoires, finissages, délavages, couleurs et formes... au fil des Denim Trends Areas, les équipes mode de Première Vision proposaient les orientations et les influences saisonnières à travers un parcours expérimental établi en 3 zones d'utilisation du denim, 3 clans, 3 gangs of denim différents et complémentaires.

Retrouvez toutes les informations mode dans le Fashion Report réalisé par les équipes d'experts du denim du salon. Un outil multimédia indispensable mêlant analyses et images, pour appréhender toutes les tendances et orientations créatives en matière de denim. Il sera disponible dans quelques jours sur le site [www.denimbypremierevision.com](http://www.denimbypremierevision.com).



© Première Vision SA - Bianca de Vilar - Pierpaolo Sarra

## Des événements exclusifs. Un lieu de rencontres et d'échanges inédit

Chaque saison, pendant deux jours, les événements dans l'événement se mêlent aux happenings festifs et viennent ponctuer le salon, comme autant de moyens utilisés par les organisateurs et les exposants pour renforcer les synergies et les échanges in situ.

### Une soirée plébiscitée par tous

Parmi ces rendez-vous rassembleurs, la communauté du denim retiendra la soirée mémorable organisée par Première Vision à l'ESFERIC. Un événement organisé en partenariat avec INVISTA - LYCRA MOVES DENIM, et le magazine Sportswear International.

LYCRA® est une marque de INVISTA



© Première Vision SA - Bianca de Vilar Pierpaolo Sarra

## Des partenariats de choix !

Denim by Première Vision avait mis en place plusieurs collaborations cette saison.



### Première étape d'un partenariat exclusif et sur le long terme : Skandigang.

A l'occasion du salon, Denim by Première Vision et CIFF - Copenhagen International Fashion Fair -, le salon scandinave de mode et de créateurs, présentaient leurs objectifs communs :

- gagner en visibilité sur des marchés cibles, tout en développant une activité renforcée auprès de nouveaux acteurs de la scène mode et denim internationale ;
- créer une plateforme solide fondée sur du contenu marketing et des opérations de co-branding.

CIFF avait son propre espace au cœur du salon, tandis que Denim by Première Vision sera présent au sein même de la zone URBAN du salon danois, à Copenhague du 29 janvier au 1er février 2015.

### INVISTA lançait sa nouvelle stratégie pour la marque LYCRA®

INVISTA, l'une des plus grandes entreprises intégrées spécialisées dans la fabrication de fibres et de polymères, et propriétaire de la marque de fibre LYCRA®, avait choisi Denim by première Vision pour présenter sa nouvelle stratégie de marque pour la fibre LYCRA® à la communauté européenne du denim.

En marge d'un stand spécialement conçu pour l'occasion, INVISTA organisait deux conférences destinées aux professionnels du secteur.



Un rendez-vous autour de sa nouvelle stratégie LYCRA® MOVES YOU™ et des tissus LYCRA® BEAUTY ; une présentation du tissu COOLMAX®, composé de fibres TENCEL®, et mis en place par INVISTA et Lenzing.

*LYCRA®, LYCRA® MOVES YOU™, dualFX® & COOLMAX® sont des marques de INVISTA  
TENCEL® est une marque déposée du groupe Lenzing.*

Enfin, Denim by Première Vision remercie tout particulièrement la municipalité de Barcelone, ainsi que l'Office du Tourisme de la ville, pour leur soutien et leur accueil.

**Denim by Première Vision est aujourd'hui un événement capital pour tous les acteurs du marché du denim premium. Un succès qui confirme la justesse des choix stratégiques de l'équipe organisatrice depuis 15 éditions, comme la pertinence de l'offre premium sélective et le leadership mondial du salon.**

**Rendez-vous les 27 & 28 mai 2015  
Hall 8 – Fira Montjuïc de Barcelone**

**Et du 29 janvier au 1er février 2015  
Au CIFF - Bella Center, Copenhague**

Suivez-nous sur Facebook , Twitter  #denimpv et Instagram  denimbypv

### Contacts

#### Service de presse Denim by Première Vision

**Igor Robinet-Slansky**

T. +33(0)1 70 38 70 30

M. +33(0)6 42 06 31 02

i.robinet@premierevision.com

#### 2e Bureau

**Marie-Laure Girardon**

T. +33(0)1 42 33 93 18

m.girardon@2e-bureau.com