

## INTERSÉLECTION ABRIL 2007

París  
24/4 al 26/04/2007

ICEX

# **INTERSÉLECTION ABRIL 2007**

Este informe ha sido realizado por Laura Calzada,  
bajo la supervisión de la Oficina Económica y Co-  
mercial de la Embajada de España en París.

## ÍNDICE

1. PERFIL DE LA FERIA	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	5
1.3. Actividades de promoción de la feria por parte de la ofecomes	5
2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA	6
2.1. Organización y expositores	6
2.2. Datos estadísticos de PARTICIPACIÓN	7
3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS	8
4. VALORACION	9
4.1. Del evento en su conjunto	9
4.2. De la participación española y principales países competidores	9

ICEX

# 1. PERFIL DE LA FERIA

## 1.1. FICHA TÉCNICA

**Nombre oficial de la feria:** INTERSELECTION Paris, Salón Internacional de Moda para la distribución organizada

**Ámbito:** Internacional

**Fecha:** 24 al 26 de abril de 2007

**Edición:** 55ª edición

**Frecuencia:** bianual

**Lugar de celebración:** Parc des Expositions Paris Nord - Villepinte

**Horario de la feria:** 9:00 – 18:00

**Precio de la entrada:** Gratuita para los profesionales de la moda en la distribución organizada

**Medios de transporte:** RER B desde Paris y Aeropuertos de Orly y Roissy

**Director / Organizador:** **EUROVET**  
37-39 Rue de Neuilly  
92582 CLICHY Cedex France  
Tel: +33 1 47 56 32 32  
Fax: +33 1 47 56 32 9

**Superficie:** 13.000 m2

**Carácter:** Profesional

**Tipo de visitantes:** grandes almacenes, tiendas multimarca, detallistas, mayoristas, VPCistas, gran distribución, cadenas de tiendas, agentes y estilistas

**Fecha de la próxima edición:** del 6 al 8 de noviembre de 2007

**Otras ferias relacionadas:** Casabo, Bijorhca, Interfilière, Salon de la Maroquinerie, Maison & Objet, Prêt à Porter Paris, Salon International de la Lingerie, Now!, Expofil, Atmosphère d'été, Scènes d'Intérieur, Tranoï, Workshop, Midec, Fatex, Éclat de Mode y Made in France.

### **1.2. SECTORES Y PRODUCTOS REPRESENTADOS**

La feria INTERSELECTION reunió a todos los subsectores englobados en el sector de la moda.

Los subsectores representados fueron los siguientes:

- confección hombre
- confección mujer
- confección júnior
- confección infantil
- calzado
- lencería
- tejidos
- accesorios de moda (bisutería, bolsos, sombreros, ...)

### **1.3. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE LA FERIA POR PARTE DE LA OFECOMES**

A esta edición de Intersélection acudieron 4 empresas españolas.

La Ofecomés de París no ha desarrollado ninguna actividad especial relacionada con Intersélection, aparte de la visita a la feria de la becaria MODA, Laura Calzada y la becaria de Castilla la Mancha, Mar Molina. Se desplazaron a la misma para hacer un seguimiento de su evolución y para recoger las impresiones de las distintas empresas españolas participantes.

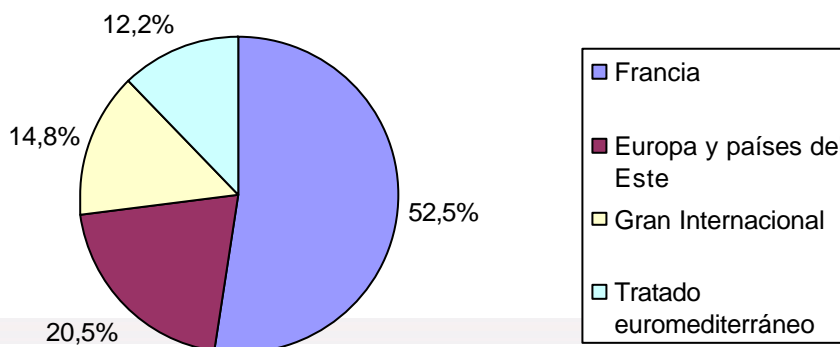
## 2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA

### 2.1. ORGANIZACIÓN Y EXPOSITORES

Expusieron un total de 350 expositores, presentando 1000 colecciones nuevas en todos los sub-sectores anteriormente listados.

La mayoría de ellos fueron franceses (52.5%) y europeos (20.5%). Sin embargo, entre los nuevos expositores predominan ampliamente los asiáticos (chinos en su mayoría y coreanos).

Reparto de expositores por zonas geográficas:

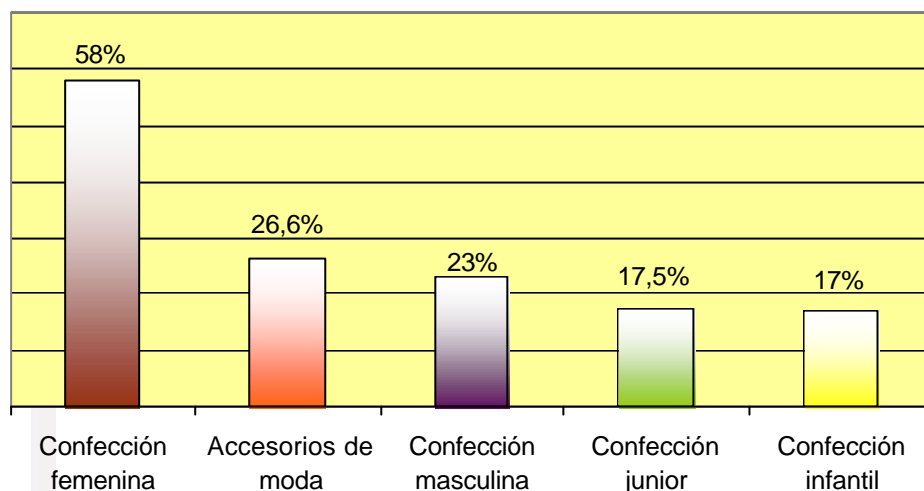


Con relación a los sub-sectores, predomina el de confección femenina tanto en volumen como en valor puesto que es el que mayor diversificación e innovación de productos ofrece.

El sub-sector de los accesorios de moda se está desarrollando de forma importante ya que supone un aumento de valor añadido y permite diferenciarse así de la competencia asiática. Además, se ha convertido en un producto que se asocia con todos los estilos y ha dejado de ser exclusivo.

Por último, la confección masculina ofrece una menor variedad en su oferta de productos. Sin embargo, los hombres muestran una atención creciente en el cuidado personal, por lo que su gasto en ropa está aumentando.

Reparto de los expositores por sub-sectores



## 2.2. DATOS ESTADÍSTICOS DE PARTICIPACIÓN

Acudieron un total de 6.387 visitantes, procedentes de 53 países incluida Francia. Se registró un crecimiento del 11% de los visitantes procedentes del Reino Unido así como la presencia de nuevos compradores japoneses.

En cuanto a su actividad, la mayoría de visitantes fueron cadenas especializadas e importadores mayoristas. El 100% de las cadenas especializadas francesas estuvieron presentes (Armand Thierry, Manoukian, Cacharel, Caroll, Celio, Chevignon, Etam, Jacqueline Riu, Naf Naf, Petit Bateau, Princesse Tam Tam...) y se registró un crecimiento de 19% de los compradores procedentes de las cadenas de tiendas nacionales.

# 3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS

Como en otras ocasiones, durante esta edición de Intersélection, se celebró un Forum de Tendencias, de 500m2, durante el que se presentaron las tendencias previstas para las temporadas invierno 2007/2008 y de verano 2008.



Este Forum, lúdico y pedagógico, pretendía crear un “efecto sorpresa” y ofrecer una accesibilidad inmediata a las novedades para los clientes que visitaban la feria.

Las tendencias más destacadas para el **invierno 2007/2008** fueron las siguientes:

- Prendas de punto en tonos fríos
- Prendas de algodón
- Cortes redondos o cuadrados
- Colores neutros, grises y negros
- Color azul vivo y marino contrastado con negro, asociado con marrón y morado.
- Estampados de cuadros y rayas

Las tendencias descubiertas para el **verano 2008** giran en torno a la combinación de dos pilares:

- el **“sporty -chic”**: la influencia positiva del deporte revitaliza los códigos de la moda urbana. Se utilizan tejidos técnicos, colores neutros pálidos, algodones orgánicos y nylons así como satenes. También vuelven las prendas de punto y los jerseys anchos de tejidos finos.
- El **“ethno – mix”**: colores floridos que evocan exotismo, linos, sedas ligeras, satenes, algodones relucientes, decoraciones con flores, vegetales, tatuajes, rayas y cuadros.



## 4. VALORACION

### 4.1. DEL EVENTO EN SU CONJUNTO

Esta edición de Intersélection estuvo marcada por la fuerte presencia asiática, y más concretamente China, en todos los subsectores presentes. En este sentido, alguna empresa se sintió afectada por suponerle esta presencia masiva “un problema de imagen”.

También debe destacarse un descenso importante del número de visitantes. Este año, además, los visitantes han sido en su mayoría minoristas, con menor capacidad de compra que los clientes de mayor tamaño (centrales de compra y mayoristas) de ediciones anteriores.

Sin embargo, Intersélection ha sabido acoger los cambios en la distribución de moda y trata de ofrecer una gama de productos siempre más amplia, informaciones acerca del sector cada vez más detalladas y nuevas actividades en el mundo entero para conservar su liderazgo en el sector.

### 4.2. DE LA PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA Y PRINCIPALES PAÍSES COMPETIDORES

Los participantes en esta edición de la feria Intersélection fueron los siguientes:

- **Confecciones Revic** (Lencería - 15 años asistiendo)
- **Lillotex Gules** ( Pantalones Caballero – 4 años asistiendo)
- **Factory Style** (Moda joven mujer – 2 años asistiendo)
- **Siempreesviernes** (Moda joven mujer – primera vez que asisten)

Los cuatro expositores españoles resaltaron el descenso importante de visitantes y el cambio de perfil de los mismos. En efecto, actualmente los visitantes son en su mayoría minoristas que compran pequeños volúmenes.

Los expositores veteranos nos confirmaron que en su mayoría siguen acudiendo a la feria para ver a sus clientes actuales y presentarles la nueva colección. Sin embargo, la captación de nuevos clientes resulta muy difícil debido a la importancia de la competencia asiática. Todos ellos están presentes en el mercado francés, a través de agentes comerciales, representantes o centrales de compra.

## **INTERSELECTION ABRIL 2007**

---

La empresa *siempreesviernes* acudió, por primera vez a la feria, en esta edición. Al no estar introducida en el mercado francés ni disponer de un agente comercial, su valoración fue un tanto negativa debido a que no alcanzaron sus objetivos de captación de clientes.

The image shows the logo for ICEX, which consists of the letters "ICEX" in a bold, sans-serif font. The logo is centered within a large, light gray rectangular border that has a slightly thicker top and bottom edge. The background of the entire page is white.