

Le Salon PREMIÈRE CLASSE est porté par le boom des accessoires



chasseurs haut de gamme du premier étage du hall 5 estiment avoir profité de la proximité de *Jane et Fred*, les espaces de prêt-à-porter féminin de *Who's Next*, situés au même niveau. D'autre part, une tendance forte aux matières naturelles et aux aspects authentiques fait pencher les acheteurs vers les accessoires en cuir.

Un esprit «grand Nord» se dégage des commandes, avec un engagement pour la fourrure, vertueux ou bien limité. Le stand de la marque canadienne *Harriomet*, par exemple, qui recycle d'anciens manteaux de fourrure en accessoires de mode, n'a pas déçu.

Le cuir brun revient en grâce. «Il y a un retour à l'esprit *marquises*, avec une touche d'éclectisme, on vend bien les thèmes un peu *bohèmes en cuir*», signale *Sybille Rogier* *Nasselin*, fondatrice de *Frette Made in Paris*, qui montre ses besaces en cuir et veau velours un brin rétro (années 70) en maroquin caramélisé. Plus tôt grands, à porter en bandoulière ou à l'épaule, les sacs repèrent ou cabas progressent, au détriment des petits modèles. «Les acheteurs aiment la matière : le cuir vieilli, la fausse fourrure et la panne de velours», témoigne aussi *Bec Weitz*, la créatrice de *Isse B. & Chahua*. Chez *Blumarine*, on a cherché un naturel plus sophistiqué, dans des sacs en fausse fourrure à pois long et tachetés, garnis de cuir marron.

Pour la fantaisie, on préfère les petites pièces aux trop chères, comme les cabas en jute ornés de broches en forme de *Pelles* (*Leau Danjony*) ou un toke imprimé de coquecoquets ou de fleurs de pavot (*Genme*). La solution «deux en un», qui concilie classicisme et originalité, a aussi émergé pour rentrer vaivémé par les sacs réversibles de *An-Ka*, qui montrent ou cachent des photos de poissons roses encastrés par les cabas en cuir de *Mya Ai*, sur lesquels on peut presser son ou leur des reproductions de vieilles réclames colorées.

L'allure cow-boy des ceintures a également plu. Bien larges, en cuir naturel, de préférence vieilles et tressées, elles s'accrochent sur grosses boucles couvertes de tartans (*Suri et Florin*). Sur le stand de la marque italienne *Nine*, les modèles le plus regardés sont comme découverts sur coussins, ornés de franges et généralement en cuir, à découperes éraillée, ornés de strass et de strass.

Jusqu'aux pieds, la rusticité fait recette. Toujours prise, la botte se vend bien quand elle est cavalière, en cuir hâlé ou patiné, à découperes éraillée, ornée de strass et de strass.

KARINE GANGLIO (KARIZO). Manchettes, broches volumineuses et gros pendentifs... les acheteurs aiment les bijoux qui...

(*Rubell*) ou à jambe en daim et pied en veau lisse (*Espaco*). Sur le stand d'*Arche*, la ligne lisse en cuir retourné et nubuck huilé, ornée de lacets croisés, a fait sensation, de préférence sur des semelles plates en héva-ban, plus faciles à porter que les semelles.

Contrairement aux magasins de chaussures, les boutiques de prêt-à-porter, en revanche, sont venues commander des modèles assez habillés. Tels des balletines tricolores à talons de cinq centimètres et à brides fines en cuir lisse, ou bien des escarpins à bouts ouverts en bleu canard ou vert de gris, à porter avec des collants opaques en entrée de saison (*André Moreau*). Supplémentés par les boots ronds, les formes pointées se vendent désormais dans des versions raccourcies.

L'écharpe étroite plait

Du côté des écharpes, le goût des acheteurs s'oriente vers des formes étroites à enrouler une ou plusieurs fois autour du cou et des petites longues. Le côté «fait main» des tricotés est plus que jamais un programme, de préférence dans des fils douilles comme l'angora, le cachemire ou le mohair sud-africain (*Afroc Fairy*), avec des points fantaisie et des franges. Bonnets, gants, écharpes et sacs tricotés dans la même laine se vendent bien ensemble. L'effet artisanal de grandes pastilles appliquées sur un pur angora rebrodé (*Anor & Landa*) fait recette, ainsi que les grandes *Bears* folkloriques brodées chez *Lahay et Lahay*. Enfin, on répond à la demande de teintes vives, le fabricant lyonnais *Marc Rozier* démultiplie les effets coloristiques grâce à des alternances de satin et de mousseline sur une écharpe de soie imprimée de tachures multicolores.

Dans le chapeau, on préfère jouer l'exotisme dans les couleurs plutôt que dans les formes. Les petits volumes discrets, comme les cloches, casquettes et bonnets, sont demandés dans des teintes vives comme le vert poème, l'orange, le turquoise ou le fuchsia. En plus des laines tissées ou tricotées et mis en forme grâce à des fils métalliques (*André Autuche*), les lignes en cuir vieilli ont été appréciées, notamment chez *Sophie Boyer*. Le chapeau de grand père à petit bord se porte décliné dans des laines bouillies de couleur vive (*Anthony Péro*) ou dans des tartans acidés.

Manchettes, broches volumineuses et gros pendentifs : le bijou se montre, d'autant plus qu'il arbore des tonalités lumineuses assez estivales, même en hiver. «Tout le monde s'intéresse sur la manchette avec les grosses opalines et sur le thème coréen, ou les pousis se marient avec le cuir», constate ainsi *Karine Ganglio*, créatrice de *Karizone*. Parmi les broches, les fleurs en tissu habillé de strass et de perles semi-précieuses (*Flora*, *Les Sœurs Carrossières*) ont rencontré un bon accueil. Parfois très court, mais plus souvent en sautoir, le collier se pare de petites plaques de nacre blanche (*Araya*), de perles multicolores en verre de Murano ou encore de tartans, de corans rouges et de plumes brunes pluri ethniques (*Philar*). Les reflets métalliques, chaînes dorées ou en argent poli ou encore portées en obédience (*Appartement à louer*) accrochent les colliers sans jamaux les acheteurs. Les bijoux en cuir, ornés de strass et de strass, sont en revanche, la créole très travaillée, ornée de pierres et de strass, est un pendentif, à elle aussi de bons choix.

AGNES MILLET

Eclat de Mode fait des éclats

LE SALON DU BIEN NAVIGÉ EST TOUJOURS EN CRESCENCE. La fréquentation a fait un immense bond de 8,2%.

Bien positionné pour *Eclat de Mode*, le Salon de la bijouterie fantaisie, qui s'est tenu à la porte de Versailles en même temps que les autres Salons de mode. Les organisateurs font état, en effet, d'une augmentation de 8,26% de sa fréquentation. Cette progression s'inscrit dans un mouvement constaté rétrospectivement plusieurs semaines, souligné-t-ils. Sur un total de 11.091 entrées, les étrangers (au nombre de 3.666) représentent près du tiers du vivier du Salon. Les plus nombreux sont originaires d'Espagne, d'Italie, de Belgique et du Royaume-Uni. Parmi les visiteurs français, 55% viennent des régions, en particulier Paca, Rhône-Alpes et Aquitaine.



Une recette a fonctionné pour cette session de janvier indépendant depuis un an, le Salon *Première Classe* vient d'enregistrer une nouvelle progression de sa fréquentation doublant presque, à session comparable, le chiffre de l'an passé. Avec 16.156 visiteurs, il est en progression de 23% d'une saison sur l'autre. Désormais à égalité avec le vistorial français, les étrangers présentent également de très bons scores : notamment grâce à l'Asie, qui progresse (20,7%), Japon en tête (12,4%), et à l'Amérique du Nord (8,5%). L'Europe (hors France) représente néanmoins 71,5% de l'ensemble. Même si les détaillants français passent rarement commandant avant mars pour leurs achats de long terme, le climat des affaires a été perçu comme positif par beaucoup d'exposants.

Rejoints cette saison, par quelques fabricants de sacs et de ceintures, les



BEX WELLS (ISSE). «L'intérêt des acheteurs pour les sacs ne se dément pas, et ils sont particulièrement attentifs à l'originalité des matières».

