

Le Circuit Mode de Marseille modifie sa formule

La convention d'affaires s'est muée en show-room en avant-première des Salons.

LE *Circuit Mode* s'est mué en vitrine géante du Sud. Initiée depuis juillet 2004 par la Chambre syndicale habillement Marseille-région, la cinquième édition de cette convention d'affaires entre acheteurs et industriels, qui s'est déroulée les 26 et 27 juillet à Marseille, a modifié son fonctionnement. Jusqu'à présent organisé sous forme de rendez-vous individuels en entreprise, le *Circuit Mode* a pris cette fois-ci des allures de show-room. Trente-deux exposants ont montré un aperçu de leurs collections de printemps-été 2007. Soit au total 45 marques d'industriels (*Bleu Blanc Rouge, Cocomenthe, Didier Parakian, Europann, Evalinka, Garella, Helena Sorel, Sugar, Rewash, Sessun...*), jeunes marques (*Drolatic, Kelmoi et Tcheka*), et créateurs (*Jayko, Bel Ange, Brigitte Alesinas, Cicada, Ondine*), ainsi que les collections des étudiants de l'*Iicc (Lei Dentelles, Origines, La vie d'Aurey, Le placard de Vovonne)* et, enfin, la présentation du Spl d'Ardeche *Savoir-faire*.

La directrice artistique Linda Cohen a réalisé la mise en scène du show-room ainsi que le défilé de mode qui a clôturé l'opération. Le mobilier, la décoration, les luminaires et les accessoires de design contemporain étaient signés *Objekto* et Michel Bresson. La manifestation, qui visait jusqu'ici les bureaux d'achat et acheteurs de grands magasins, s'est ouverte à d'autres professionnels de l'habillement, détaillants multimarques, agents commerciaux, responsables d'achats, prestataires de service industriel. Etaient notamment présents : *Agaf, La Redoute, les Galeries Lafayette, Golfe Buying Office, Le Printemps, Mint* mais également des détaillants de la région Paca (Provence-Alpes-Côte d'Azur).

« Dans les circuits précédents, les acheteurs prenaient des rendez-vous deux mois avant la manifestation, après avoir examiné des books, explique Jean-Brice Garella, président de la section industrie à la Chambre syndicale. Cette fois, ils ont eu la

véritable opportunité de voir les collections de tous les exposants en avant-première des Salons parisiens et ont pu ainsi en direct sélectionner les marques avec lesquelles ils souhaitent aller plus loin, pour prendre des rendez-vous dès le lendemain en entreprise. »

Tous les acheteurs, depuis l'édition précédente, s'engagent à rencontrer au moins quatre industriels, en rendez-vous ou dans un Salon parisien. « Ce nouveau profil, explique Cécile Estenne, fondatrice de la marque de prêt-à-porter future *maman Kelmoi*, donne au circuit une dimension beaucoup plus conviviale. En plus de contacts avec des bureaux d'achat, nous avons aussi rencontré des sérigraphes. » Et Valérie Meyer, du bureau d'achat *Agaf*, de poursuivre : « Ce show-room permet de faire un très bon travail de repérage et de dénicher de nouveaux talents. Je découvre ici des marques que je n'aurais jamais trouvées ailleurs. »

CORINE TONARELLI ●