

# 02-04.03.2012

## Espace Pierre Cardin - Paris 8

BROCHURE EXPOSANT  
EXHIBITOR BROCHURE

# Ethical Fashion Show



messe frankfurt





## 1 >> L'endroit où il faut être *The Place to be*

Dans un cadre fabuleux reconnu pour être un haut lieu des activités artistiques parisiennes, l'Espace Pierre Cardin ouvre ses portes à L'Éthical Fashion Show-Rooms, pour contribuer au développement d'une nouvelle forme de mode Couture et durable.

Venez y rencontrer des acheteurs venus du monde entier, qui recherchent la mode éthique créative, les accessoires éco-luxe et les matériaux écologiques de demain.

*In an amazing place well known as the center of Parisian artistic activities, the Espace Pierre Cardin welcomes Ethical Fashion Show-Rooms, to contribute to a new trend of fashion so Couture and Sustainable.*

*Come and meet buyers from worldwide who are looking to source tomorrow's green fashion, eco-lux accessories and fair fabrics.*

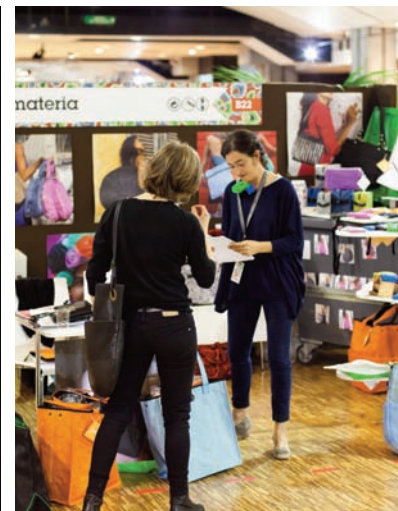
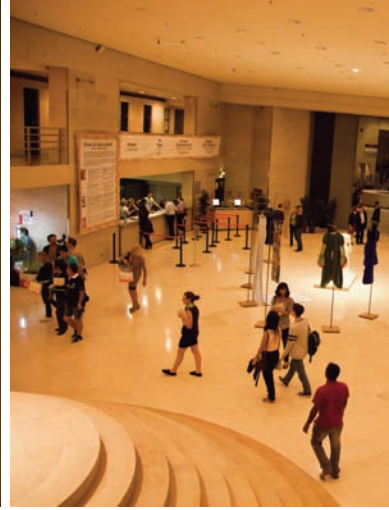
## 2 >> La mode fait rêver *Fashion makes people dream*

L'industrie de la mode, à l'échelle globale, c'est aussi et avant tout un énorme marché et une puissance économique générant emplois et richesses. Cette richesse peut devenir un formidable vecteur de développement durable et c'est dans ce but qu'Ethical Fashion Show œuvre depuis 2004.

Ethical Fashion Show réunit pour la 9ème année consécutive des créateurs qui conçoivent une mode tendance, créative, respectueuse de l'homme, de l'environnement et des précieux savoir-faire qui font la richesse de chaque culture.

*On a global scale, the fashion industry is first and foremost a huge market and an economic driving force for job and wealth creation. This prosperity can and should in turn become the catalyst for sustainable development and it is in this goal that Ethical Fashion Show strives since 2004.*

*For the ninth year running, Ethical Fashion Show is bringing together designers from the world over who all share the same goal: designing cutting-edge fashion which strives for a better world which respects people, the environment, and the skills inherent to each culture.*



### 3 >> Des objectifs ambitieux / *Ambitious goals*

**ETHICAL FASHION SHOW EST LE RENDEZ-VOUS INTERNATIONAL DE LA MODE ÉTHIQUE POUR LES ACHETEURS INTERNATIONAUX ET PROFESSIONNELS DU TEXTILE.**

**Pendant 3 jours Ethical Fashion Show-Rooms propose:**

- > Des showrooms présentant une quarantaine de marques venues du monde entier.
- > Une soirée spéciale Trunk-Show pour des rencontres privilégiées avec la Presse et une sélection de Professionnels pointus de la mode.
- > Une journée dédiée au Grand public pour les informer des nouvelles tendances et leur permettre d'acheter en avant-première.

**Ses objectifs sont :**

- > Prouver que la mode éthique peut être à fois tendance, créative et porteuse de bénéfices sociaux et environnementaux.
- > Faire de cette mode, un nouveau vecteur de développement pour la distribution et le commerce textile, leur offrant ainsi de réelles opportunités d'évolution, face à des consommateurs plus concernés et plus exigeants.
- > Permettre la rencontre des créateurs de tous horizons qui s'inscrivent dans la mode éthique avec les acheteurs des filières textiles.

**Les créateurs sélectionnés sur Ethical Fashion Show s'engagent à respecter la Charte de Bonne Conduite.**

Elle met au premier plan la défense des hommes et de leurs conditions de travail, la sauvegarde de l'environnement, ainsi que des savoir-faire ancestraux, reflets des différences de chacun et de leur culture.

**ETHICAL FASHION SHOW IS THE FOREMOST INTERNATIONAL EVENT FOR ETHICAL AND SOLIDARITY FASHION DEDICATED TO SUSTAINABLE DEVELOPMENT.**

**During 3 days, Ethical Fashion Show-Rooms presents:**

- > Showrooms, presenting 40 brands from the world over.
- > A special Trunk-Show evening to meet the Press and a selection of hype fashion retailers and professionals.
- > A last day open to the public to allow them to be in with these new trends and to buy directly in preview.

**Its objectives:**

- > To show that ethical fashion can combine cutting-edge design with social and environmental benefits.
- > Make this ethical fashion a new vector of development for distribution and textile trade, providing them real opportunities to improve faced with a consumers demanding even more concerned.
- > To allow ethical designers from the world over to meet textile buyers.

**Ethical Fashion Show designers have to accede to our Code of Conduct.**

This Code defends the interests of people, their working conditions, their environment, and their ancestral skills, which are a reflect of their cultures.



## 4 >> De vraies opportunités d'affaires *Do the right business choices*

Ethical Fashion Show est le seul événement, accordant une large dimension internationale à la Mode éthique, qui donne une véritable visibilité aux créateurs et fabricants du monde entier, investis dans une démarche pleine de sens : une Mode équitable, durable, aux matières biologiques, naturelles ou recyclées, faite d'engagements sociaux et riche des savoir-faire locaux.

Paris, capitale de la Mode, attire début mars, marques leaders, centrales d'achats, grands magasins, chaînes de magasins, détaillants, boutiques de tous les continents, qui s'attachent à mettre en place de nouvelles relations d'affaire au sein de cette place de marché, riche en opportunités.

*Ethical Fashion Show is the unique event, with a wider international scale view of ethical fashion, that gives real and deep visibility to designers and producers, coming from all over the world and invested in a meaningful approach: a fair fashion, sustainable fashion, made with biological, natural or recycled materials, with social commitment and rich of local know-how.*

*Paris, as the capital of fashion, attracts in March, leading brands, buying offices, trading groups as well as retailers from all over the world, who set up business right here in this marketplace rich in opportunities.*

## 5 >> Ils viennent sur Ethical Fashion Show\* *They come to Ethical Fashion Show\**

### **2717 visiteurs de 22 Pays en 2011**

#### **75% des visiteurs sont décisionnaires dans les achats.**

Quelques noms : Agnès B, Armorlux, Azzaro, Bensimon Collection, Biocoop, Chanel, Cournèges, Celio, Ethikebio, Euratex, Eurocoton, Galeries Lafayette, Gérard Darel, Groupe Beaumanoir, Guerlain, L'Éclaireur, Le Bon Marché, Lenzing Fibers, Louis Vuitton, Marithé & François Girbaud, Max Chaoul Couture, Red Arrow Ltd, Solidar Monde, Studio Ecocentric, Tesco Stores Ltd, The Body Shop, Tokyo Anita, Yellow Cab....

\* : Source enquête visiteurs EFS 2011

### **2717 from 22 countries attended in 2011**

#### **75% of visitors are decision makers**

Such as : Agnès B, Armorlux, Azzaro, Bensimon Collection, Biocoop, Chanel, Cournèges, Celio, Ethikebio, Euratex, Eurocoton, Galeries Lafayette, Gérard Darel, Groupe Beaumanoir, Guerlain, L'Éclaireur, Le Bon Marché, Lenzing Fibers, Louis Vuitton, Marithé & François Girbaud, Max Chaoul Couture, Red Arrow Ltd, Solidar Monde, Studio Ecocentric, Tesco Stores Ltd, The Body Shop, Tokyo Anita, Yellow Cab....

\*: Source visitor survey EFS 2011



## 6 >> Données sur le salon

### Fair facts

**Dates :** 2 au 4 Mars 2012 / 2-4 March 2012

**Journées professionnelles / Trade Days only :** 2 & 3 Mars 2012 / 2 & 3 March 2012

**Ouverture Grand Public / Public Day:** 4 Mars 2012 / 4 March 2012

**Lieu / Venue :** Espace Pierre Cardin, 3 Avenue Gabriel, 75008 Paris, France

### Votre stand / Your booth :

L'équipement standard inclut location d'espace, table, chaises, nettoyage du stand, portant ou étagères, lumière, signalétique stand, sécurité, assurance, pass exposants, invitations clients, promotion du salon.

*Standard package includes space rental, table, chairs, stand cleaning, rods/shelves, lighting, booth signage, security, insurance, exhibitor passes, visitor invitation cards, promotional network service.*

### Groupes produits présentés / Product groups :

4 pôles Precious Skills, For Nature by Nature, Made with love, Re-Life incluant vêtements homme, femme et enfant, prêt-à-porter, couture, sportswear, streetwear, accessoires de mode (bijoux, chaussures, sacs, écharpes etc.)

*4 areas Precious Skills, For Nature by Nature, Made with love, Re-Life including clothing for men, women and child, ready-to-wear, couture, sportswear, streetwear, fashion accessories (jewellery, shoes, bags, scarves etc).*

### Frais de participation (HT 19,6%) / Participation fee (excl. tax 19,6 %)

6 m<sup>2</sup>/sqm minimum - 330 €/sqm (package)

Modules disponibles / Booth available: 6, 8, 12 m<sup>2</sup>/sqm

**Package stand 6 m<sup>2</sup>/sqm: 1 980€ HT/Excl. VAT**

**Package stand 8 m<sup>2</sup>/sqm: 2 640€ HT/Excl. VAT**

**Package stand 12 m<sup>2</sup>/sqm: 3 960€ HT/Excl. VAT**

### Visiteurs / Visitors:

Pass Professionnel Permanent / Permanent Professional Pass: **30€** (2 - 4 Mars 2012 / March 2nd to 4th 2012)

Pass Grand Public 1 jour / Public One Day-Pass: **7€** (4 Mars 2012 / March, the 4th 2012).

Pass Etudiant, sans emploi 1 jour / Student, unemployed One Day-Pass: **5€**

### Cible visiteurs / Visitors target group:

Détaillants mode et accessoires, Grossistes, Labels privés, Vépécistes, Grands Magasins, Chaines de magasins, Multi spécialistes, Centrales d'achat, Agents, représentants.

*Retailers for clothing, accessories, textiles, wholesalers for clothing, accessories, textiles, Private labels, Mail-order companies, Department stores, Chain stores, Trading companies, Buying offices, Agents, Sales representatives*

### Organisation / Organiser :

Messe Frankfurt France S.A.S

1, avenue de Flandre, 75019 Paris - France

Tel +33 155 268 985 Fax +33 140 350 900

Email [ethicalfashionshow@france.messefrankfurt.com](mailto:ethicalfashionshow@france.messefrankfurt.com) |

Web [www.ethicalfashionshow.com](http://www.ethicalfashionshow.com)

Contact : Ms Régine Tandavarayen, Ms Isabelle Quéhé

### Direction artistique / Conceptual partner :

Universal Love Association

58, rue des Vignoles - 75020 Paris, France

Tel +33 155 266 141

Email [contact@universallove.fr](mailto:contact@universallove.fr)

Web [www.universallove.fr](http://www.universallove.fr)

Contact : Ms Isabelle Quéhé, Ms Linda Pino-Lebaudy