

## **Au cœur des tendances automne-hiver 2021-2022 des salons de l'industrie de la mode. En attendant les salons de 2021, l'ÉGOLOGIE pour rebondir.**

Place à la créativité ! Malgré l'absence d'édition physique en septembre, les salons de Messe Frankfurt France continuent d'occuper une position incontournable dans les stratégies de sourcing des acheteurs européens pour le textile et l'habillement, le cuir, les matières alternatives et les accessoires de mode. Conçu pour nourrir l'inspiration, le Trendbook de Messe Frankfurt France est un outil pour bâtir ces stratégies. C'est enfin un concentré créatif pour penser la mode du monde d'après !

Le Trendbook ÉGOLOGIE est téléchargeable site de Messe Frankfurt :  
<https://texworld-paris.fr.messefrankfurt.com/paris/fr/programme-events/trends.html>  
Visuels à [télécharger ici](#).

Louis Gérin et Grégory Lamaud, auteurs du Trendbook, scrutent et analysent les courants d'inspiration qui animent les salons de Mode depuis 10 ans. Combinant études sociologiques, approches marketing et développement créatif, ils repèrent et décryptent les humeurs de demain.

Les grands bouleversements que nous traversons ont très laissé leur empreinte sur la saison Automne/hiver 2021-2022. Alors que nous menons des vies fragmentées aux frontières du numérique et du réel, ces tendances renvoient, en réaction, à la perception que l'on a de soi-même. Nourris des signaux de l'actualité, le Trendbook s'articule autour de 4 axes majeurs de réflexion :

### **1. ÉGOTIE :**

*« Bienvenue en Égotie. Le pays des libertés illusives. Où chacun croit faire ce qu'il veut. Mais où le doute est interdit et l'opinion érigée en certitude. En étendard. Où il faut exister plus que son prochain... »*

### **2. ÉGOLUTION :**

*« ...Il faut, il faut, il faut. On doit, on doit, on doit. Nous avons mené une révolution silencieuse. Interne. Celle de nous boucher les oreilles. Ne plus écouter les cris extérieurs. L'hystérie devenue norme. Dans ce silence retrouvé, une voix s'est fait entendre. Une seule. Celle de notre ego apaisé... »*

### **3. ÉGOCIDE :**

*« ...Nous allons basculer dans un monde dont on ne revient pas. Une autodestruction volontaire, joyeuse, au nom du majestueux et indétrônable Soi. Mais nous avons réagi. Un peu violemment. Il a fallu faire disparaître des quantités d'ego. Court-circuiter les décideurs. Le combat n'a pas été frontal. Il ne s'agissait pas de tuer, mais de rendre inutile... »*

#### 4. ÉGORAMA :

« ... Que le monde est beau quand on le regarde sans vouloir le posséder. Que l'autre est enrichissant quand on l'écoute sans vouloir le soumettre. Que la vérité est belle quand on la dit sans la travestir. Nos créations sont bigarrées. A l'image de l'humanité. Elles sont spontanées. Instinctives. Éphémères. L'éternité est une illusion que pourchasse l'ego... »



« EGOLOGIE. En voilà un curieux mot... En voilà un curieux concept : la science du Moi. Non pas la psychologie, mais bien ce rapport au Moi et au Monde, à notre monde, notre environnement direct : vivant. Notre ego a dû s'effacer, notre présence même s'est presque retirée du monde... Nous avons redécouvert le plaisir d'être nous, nous renaissions et avançons dans une saison forte pleine d'engagement et de volonté positive. Les couleurs de la saison reflètent ce désir. Elles marquent également un twist de génération, un basculement sociétal empreint d'un modernisme éthique », commentent Louis Gérin et Grégory Lamaud, directeurs artistiques des salons Messe Frankfurt France.

« La gamme *Égologie* compte 3 accents de rouge : "Signal Holistique", "Alarme Lancinante", "Sédiment Précieux", et exalte l'authenticité et l'énergie positive. Elle se complète de tonalités minérales organiques, dans un esprit rose poudré, et contrasté des émoussillants vert profond "Herbe Folle" et moutarde "Pollen Originel" ; elle ouvre vers le positivisme du bleu ciel "Neutralité Bienveillante" et invite à la sérendipité digitale des temps à travers l'UV du violet "Neon spectral" », indiquent les directeurs artistiques.

Les quatre axes définis dans ce cahier de tendance automne-hiver 2021-2022 permettront aux acheteurs de structurer leur travail de recherche sur la nouvelle plateforme de mise en relation numérique avec les industriels exposants en partenariat avec Foursource, disponible dès le 1<sup>er</sup> septembre prochain sur les sites internet des salons.

### **Prochaine édition des salons Du 1<sup>er</sup> au 4 février 2021**

Sites internet :

<https://apparel-sourcing-paris.fr.messefrankfurt.com>

<https://avantex-paris.fr.messefrankfurt.com>

<https://leatherworld-paris.fr.messefrankfurt.com>

<https://texworld-paris.fr.messefrankfurt.com>

Pour un confort optimal de visite, Apparel Sourcing Paris, Avantex Paris, Leatherworld Paris, Shawls&Scarves Paris, Texworld Paris et Texworld Denim s'inscrivent dans la galaxie de salons connexes Messe Frankfurt France, dans un même lieu, aux mêmes dates, et dont l'entrée est gratuite sur présentation d'un justificatif professionnel.

Toutes les informations sur les salons textiles organisés par Messe Frankfurt dans le monde sont disponibles sur la plateforme : [www.texpertisenetwork.messefrankfurt.com](http://www.texpertisenetwork.messefrankfurt.com)

#### **Messe Frankfurt en chiffres**

Messe Frankfurt est le leader mondial de l'organisation de salons, de congrès et d'événements parmi les organisateurs ayant leur propre parc d'expositions. Avec environ 2 600 employés répartis sur 29 sites, Messe Frankfurt dégage un chiffre d'affaires annuel d'environ 736 millions d'euros. Nous entretenons des liens étroits avec les branches représentées dans nos salons. Nous défendons les intérêts économiques de nos clients dans le cadre de nos secteurs d'activité « Fairs & Events », « Locations » et « Service ». L'un des atouts majeurs qui différencie notre groupe réside dans le réseau de distribution mondial qui couvre toutes les régions du monde avec une présence très forte. Une offre de services complète – sur site et en ligne – garantit aux clients du monde entier un niveau de qualité toujours élevé et une flexibilité maximale dans la planification, l'organisation et le déroulement de leurs événements. La gamme des services proposés va de la location de surfaces aux prestations de marketing, en passant par la construction de stands, les services personnels ou la restauration. L'entreprise a son siège principal à Francfort-sur-le-Main. Elle est détenue à 60 % par la ville de Francfort et à 40 % par le Land de Hesse.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur : [www.messefrankfurt.com](http://www.messefrankfurt.com)

Contact –presse :

Dimitry Helman – [dimitry@re-active.fr](mailto:dimitry@re-active.fr) – +33 6 77 99 20 76

Messe Frankfurt France – Cassandra Galli – [cassandra.galli@france.messefrankfurt.com](mailto:cassandra.galli@france.messefrankfurt.com) - +33 1 55 26 61 39