

Texworld Apparel Sourcing Paris conforte sa position de première plateforme au service du textile et de l'habillement. En réunissant pendant 3 jours plus de 7 000 acheteurs et 1 300 fabricants venus de +35 pays, Messe Frankfurt affirme le rôle central de Paris sur l'échiquier du sourcing international.

La 57^e édition de *Texworld Apparel Sourcing Paris* qui s'est tenue du 15 au 17 septembre 2025 au Parc des Expositions de Paris-Le-Bourget a rassemblé 7000 visiteurs. Le Top 5 reste concentré sur les grands marchés européens que sont la France, le Royaume Uni, l'Italie, l'Espagne, les Pays-Bas et l'Allemagne. En hausse de 25 % par rapport à l'édition de juillet 2024, cette session confirme le choix du décalage au mois de septembre afin de s'adapter aux besoins des marques.

Une expérience renouvelée, un temps de visite plus long

La fréquentation a été cette année mieux répartie sur les trois jours de salon et la durée moyenne des visites s'est allongée. La nouvelle organisation spatiale – deux halls dédiés à l'offre produits et un hall consacré aux services enrichi et d'espaces de détente – a largement contribué à cette évolution. Elle favorise des respirations naturelles, développe des zones de networking et offre une meilleure mise en valeur des forums de tendances.

L'équilibre entre textile et produits finis

Le salon a atteint pour la première fois un équilibre presque parfait entre l'offre textile (*Texworld Paris*) et l'offre de vêtements finis et d'accessoires de mode (*Apparel Sourcing Paris*) en nombre d'exposants. « Cette évolution reflète la réponse des acheteurs face aux contraintes des marques, explique Julien Schmoll, le directeur du marketing et de la communication de Messe Frankfurt France. Le mouvement de concentration à l'œuvre dans le secteur pousse en effet les enseignes à étendre leur territoire de marque et à élargir leurs gammes sans pour autant prendre en charge la gestion de la production, et même, dans certains cas, du style. Elles recherchent des fournisseurs capables de livrer des collections clés en main, de proposer des produits créatifs, de qualité sur de grandes ou de petites quantités avec des prix attractifs pour coller aux enjeux de marges, notamment sur le milieu de gamme et le premium » conclut-il.

Première offre de sourcing d'Europe

Avec 1 300 sociétés venues de 35 pays, *Texworld Apparel Sourcing Paris* constitue, incluant le secteur Avantex, la première plateforme européenne de sourcing pour le textile et l'habillement. Parmi les acteurs internationaux majeurs, certains ne cachent pas vouloir consolider leurs débouchés commerciaux européens, jugés plus sûrs. Présente pour la première fois à

Paris, la société hongkongaise Wing Ka Shing fait partie de ceux-là. Spécialisée dans la fabrication de pulls tricotés depuis son usine basée à DongGuan, en Chine, elle travaille à plus de 80% avec des marques basées aux USA et souhaite ouvrir son flux d'affaires vers l'Europe et échapper ainsi aux taxes qui pèsent sur les produits entrant aux États-Unis. « *Nous sommes venus présenter nos produits et nouer des relations avec des acheteurs européens* » concède le responsable commercial de Wing Ka Shing, qui précise que plusieurs contacts ont été pris pendant ces trois jours, notamment avec des équipes espagnoles.

Élargir l'horizon, proposer de nouveaux fournisseurs

Cette édition a également fait la part belle aux acteurs du *near sourcing*, avec la présence remarquée d'acteurs d'Europe centrale et orientale (Arménie, Kirghizstan...) et d'Europe du sud. Présent physiquement sur le Near Sourcing Hub animé par FourSource, partenaire de Messe Frankfurt France, Soames Rudowski, CEO du fabricant de tricots portugais FashionTeam est venu rencontrer les acheteurs en quête de proximité : « *nous avons eu de très bons contacts avec des marques françaises et espagnoles à la recherche d'un partenaire fiable, capable d'offrir un niveau de qualité élevé, mais aussi de la réactivité et de la rapidité dans les temps de mise en œuvre*, souligne-t-il. *Les acheteurs ne viennent pas à nous pour trouver un prix, mais plutôt un niveau de service.* » Le Near Sourcing Hub présentait cette année l'offre de 8 entreprises présentes physiquement comme FashionTeam aux côtés de 28 entreprises exposant des échantillons reliés par QR Codes à la plateforme numérique B2B de FourSource.

Avantex Paris : innovation et prospectives

Laboratoire d'innovations pour la mode durable, *Avantex Paris* a rassemblé une trentaine d'acteurs autour de solutions technologiques répartis en trois univers complémentaires : le HUB, (solutions et services), le Designer HUB (studios et agences de créations) et ReSources qui regroupait quatre entreprises sélectionnées par TCBL (Textile Clothing Business Labs), partenaire d'Avantex. L'Agora a accueilli trois jours durant un programme particulièrement dense de conférences, de tables rondes et de débats animés par des acteurs internationaux autour de thèmes clés : tendances de marché, prospectives sur l'IA, circularité, matières naturelles et nouveaux modèles de consommation. Temps fort : le **Bio Fashion Innovation Day**, organisé le mercredi par TCBL, a permis de mettre en lumière les projets les plus avancés liés aux matières biosourcées, à la production locale et aux solutions d'écoconception. Enfin, l'Econogy Tour, la visite proposée par Messe Frankfurt dans le cadre de la démarche *Texpertise Econogy* a permis aux visiteurs de découvrir une sélection d'entreprises parmi la centaine d'exposants engagés dans une démarche RSE vérifiée et répertoriée dans l'Econogy Finder.

Avantex Fashion Pitch 2025 : *GoldenEye Smart Vision* récompensé

Le jury de l'Avantex Fashion Pitch a attribué le prix 2025 à [GoldenEye Smart Vision](#) pour son système de contrôle qualité textile basé sur l'IA, capable de détecter les défauts visuels, d'optimiser la production et de réduire la consommation de matières. Un prix du cœur a également été décerné à [Green](#)

[Worms](#), une microentreprise indienne spécialisée dans la collecte et le recyclage local des déchets, source d'emplois durables pour des femmes issues de milieux défavorisés. « *En distinguant GoldenEye et Green Worms, nous saluons des solutions innovantes qui répondent aux grands enjeux actuels, de la digitalisation aux sujets RSE* », soulignent Claudia Franz (Directrice Brand Management Textile de Messe Frankfurt) et Julien Schmoll (Directeur du marketing et de la communication de Messe Frankfurt France). Les lauréats bénéficieront d'un soutien financier, d'espaces d'exposition, de services d'accompagnement et de visibilité internationale. La finale, qui a réuni 11 projets innovants, confirme le rôle du concours comme tremplin pour les acteurs qui façonnent l'avenir durable de la mode.

Initiatives et Tendances

Cette édition d'automne fut riche en expériences et en nouveautés. Parmi les temps forts du salon, l'espace *Initiatives* a permis de mettre en lumière des savoir-faire d'exception dès l'entrée du Hall 4. L'entreprise indienne Pasari Textiles a ainsi présenté en live ses techniques de broderie artisanale, tandis que la Chambre de Commerce d'Istanbul a illustré la créativité de l'industrie turque avec des pièces contemporaines particulièrement expressives. Les étudiants de LISAA Mode ont réalisé en direct des créations en maille et tricot, démontrant la qualité du design et de l'exécution. Enfin, le China Textile Innovation Center (CTIC) a proposé un espace consacré au design et aux produits d'acteurs chinois sélectionnés pour leur expertise.

Live shopping TikTok Shop

L'autre temps fort de ce salon a été la tenue le mardi 16 septembre de sessions de live shopping organisées par les équipes de TikTok Shop. Le *Global selling product selection event* a en effet permis d'expérimenter en direct la présentation et la vente en live de produits sélectionnés auprès d'exposants du salon par des influenceurs référencés sur TikTok shop. « *Nous avons souhaité permettre à nos exposants d'expérimenter ce nouveau canal de distribution que la plateforme TikTok propose depuis mars à ses 21 millions d'utilisateurs en France afin de coller aux évolutions du retail et d'en tirer des enseignements* » précise Frédéric Bougeard, Président de Messe Frankfurt France à l'issue de cette première session.

Cap sur 2026 : rendez-vous au Bourget du 2 au 4 février

À noter dès à présent : la prochaine édition printemps-été de *Texworld Apparel Sourcing Paris* se tiendra du 2 au 4 février 2026 au Parc des Expositions de Paris-Le-Bourget. Ce nouveau temps fort s'annonce déjà comme une étape clé autour d'une offre sélectionnée au plus près des attentes du marché.

Site internet :

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

Retrouvez le matériel de presse ici : <https://texworld-paris.fr.messefrankfurt.com/paris/fr/press.html>

Pour un confort optimal de visite, Apparel Sourcing Paris et Texworld Paris s'inscrivent dans la galaxie de salons connexes Messe Frankfurt France (aux côtés de Avantex Paris et Leatherworld

Paris qui ont lieu une fois par an, lors de la session de septembre), dans un même lieu, aux mêmes dates, et dont l'entrée est gratuite sur présentation d'un justificatif professionnel.



TEXPERTISE
Your world's number one for textile fairs

13 Countries
60 Trade fairs

For further information:
[>> Click here](#)

Apparel Fabrics & Fashion | Interior & Contract Textiles | Technical Textiles & Textile Processing | Textile Care

Messe Frankfurt en chiffres

www.messefrankfurt.com/messe-frankfurt-en-chiffres

La durabilité chez Messe Frankfurt

www.messefrankfurt.com/sustainability-information



Messe Frankfurt France est membre de Paris Capitale de la Création qui fédère les événements de référence dans les secteurs de la mode, du design, de l'art et des industries créatives et fait de Paris un lieu incontournable pour tous les acteurs de la création.

Contacts presse

Dimitry Helman – dimitry@re-active.fr – +33 6 77 99 20 76

Messe Frankfurt France – Cassandra Galli – cassandra.galli@france.messefrankfurt.com - +33 6 74 29 09 07