

PRESSEMITTEILUNG

Acht Prozent Wachstum: 18.500 Besucher auf der CPM Einkäufer aus den russischen Regionen entdecken die CPM

Während die Bekleidungsbranche derzeit nahezu überall in Westeuropa vor dem Hintergrund des schwachen Konsumklimas rückläufige Absätze beklagt, befinden sich Osteuropas Märkte weiter im Aufschwung: Mit einem Besucherrekord von 18.500 Einkäufern (Vorjahr: 17.200, plus 8 Prozent) endete am Samstag die elfte Auflage der **CPM – Collection Première Moscow** (10. bis 13. September). Mehr als 1.500 Firmen und Brands (Vorjahr: 1.300, plus 16 Prozent) aus 35 Ländern präsentierten vier Tage lang die Mode für Frühjahr/Sommer 2009 auf Osteuropas führender Modefachmesse. Die vier Messtage waren geprägt von guten Abschlüssen und der Anbahnung neuer Geschäftskontakte. Schließlich werden etwa 80 Prozent des russischen Bekleidungsbedarfs über Importe gedeckt. Hier bietet die **CPM** dem Handel einen umfassenden Überblick und der internationalen Bekleidungsindustrie ein starkes Vertriebstool.

84 Prozent der CPM-Besucher kamen aus Russland, ein wachsender Anteil von ihnen aus den Regionen um die Zentren Rostov-am-Don, Nizhny Novgorod oder Jekaterinenburg. Fast jeder dritte Besucher kam zum ersten Mal auf die Messe. Bei der Gesamtbeurteilung, der Bewertung des modischen Angebotes und der Modenschauen, erzielte die **CPM** erneut sehr hohe Zufriedenheitswerte: Über 90 Prozent der befragten Einkäufer zeigten sich mit der Messe zufrieden bis sehr zufrieden.

„Russland ist ein sehr attraktiver Markt! Das sagen wir seit fünf Jahren und werden es sicherlich auch noch in fünf Jahren sagen können. Mehr und mehr verlagert sich das Wachstum und damit auch das Interesse an der **CPM** in die russischen Regionen“, kommentierte Igedo-Geschäftsführer Frank Hartmann den Messerverlauf. „Die **CPM** und mit ihr ihre Aussteller profitieren maßgeblich von dieser Entwicklung. Die Messe ist eine sehr erfolgreiche Orderplattform für die Modebranche. Ein Pflichttermin für alle, die in Russland und den GUS-Staaten Geschäfte mit der Mode machen.“ Die Igedo Company werde den Leitmessecharakter der Branchenplattform in Zukunft mit viel Feingefühl weiter ausbauen. Vor allem den Einkäufern aus den russischen Regionen komme hier eine zentrale Bedeutung zu, so Hartmann weiter.

„Für die deutsche Bekleidungsindustrie ist Russland der am stärksten wachsende Markt, in dem die Potenziale längst noch nicht ausgeschöpft sind. Deutsche Mode ist in Russland ausgesprochen beliebt“, fasste Klaus Brinkmann, Präsident des GermanFashion Modeverbands die derzeitige Situation zusammen. Das Präsidium des

- 2 -

deutschen Modeindustrieverbandes hatte sich anlässlich der **CPM** nahezu geschlossen einen umfassenden Eindruck von der Entwicklung des russischen Marktes gemacht. Brinkmann weiter: „Das gesamte Präsidium war sehr beeindruckt von der Frequenz und Qualität der Besucher und von der Professionalität der gesamten Veranstaltung. An der **CPM – Collection Première Moscow** kommt die Modeindustrie derzeit nicht vorbei.“

Zu einer ähnlichen Einschätzung kam auch Alberto Scaccioni vom italienischen Modeverband Ente Moda Italia (E.M.I.). Italien und Deutschland stellen traditionell die meisten Aussteller. „Die **CPM** hat wieder ihre zentrale Bedeutung für die italienische Mode im russischen Markt eindrucksvoll unterstrichen. Das neue Design des italienischen Länderpavillions wurde von unseren Kunden sehr gut angenommen. Wir blicken auf eine sehr erfolgreiche Messe zurück.“

Salvatore Cuffaro, Verkaufsleiter der italienischen Firma Intermode, die seit der ersten **CPM – Collection Première Moscow** im September 2003 ihre Kollektionen in Moskau ausstellt, fasste nach vier Messetagen zusammen: „Die Qualität der Besucher und auch die Frequenz während der Messelaufzeit hat sich im Vergleich zur letzten Veranstaltung noch einmal gesteigert“, so Cuffaro. „Die Frequenz an unserem Messestand war hervorragend. Wir sind sehr zufrieden mit dem Verlauf der Messe und den neu gewonnenen Businesskontakten“.

Neben fachhandelsstarken Marken wie Bandolera, Bugatti, Daniel Hechter, Gardeur, Otto Kern, Riani, Roy Robson oder die Steilmann-Gruppe zählt die CPM für einen Großteil der deutschen Industrie längst zu den gesetzten Terminen der Ordersaison. Brands wie Brubaker, CCDK, Frank Q, Gestutz, Godske Group, Marianne Barslev und Park aus Dänemark, De Puta Madre, Bagutta, Moschino, Gianfranco Ferré oder Belstaff aus Italien, Luisa Civit, Matilda, Miquel Suay Menswear und TMX aus Spanien, FINNKARELIA, Gemmi Furs, Luhta Collection, Nanso Group, RIL's, Turo Tailor und Vogue Group aus Finnland oder Bleu Blanc Rouge, Dellallui, Derhy, Elite, Irene van Ryb, Lauren Vidal, Old River, Renato Nucci und Stella Forrest aus Frankreich erreichten durch ihre Präsenz auf der **CPM – Collection Première Moscow** neue Einkäuferzielgruppen aus der gesamten GUS. Insgesamt nahmen Aussteller aus 35 Ländern an der **CPM** teil. Erstmals dabei war mit Maker's Shirt und Stella Sasse auch zwei Brands aus Japan. Im Bereich ‚CPM Kids‘ waren Marken wie Airfield Young Generation, Hello Kitty, Trussardi, Cacharel, Laura Biagiotti oder Ferrari mit dem Messeverlauf sehr zufrieden. Das präsentierte Angebot bot einen konzentrierten und transparenten Überblick über Damen-, Herren- und Kindermode, Lingerie, Leder- und

- 3 -

Pelzbekleidung, Braut- und Abendmode, Young Fashion, Freizeitmode sowie Accessoires.

Die zwölfte Auflage der **CPM – Collection Première Moscow** findet vom 24. bis 27. Februar 2009 auf dem Moskauer Expocentre Messegelände statt.

Weitere Informationen zur **CPM – Collection Première Moscow** sowie zu allen anderen Aktivitäten der Igedo Company finden Sie im Internet unter:

www.igedo.com

www.cpm-moscow.com

www.cpm-moscow.ru

Düsseldorf, 13. September 2008

Kontakt:

Modemedia PR&Events - a division of Igedo Company GmbH & Co. KG, Messeplatz, 40474 Düsseldorf

Unternehmenssprecher Igedo Company

Thomas Kötter

t +49.211.4396.490

e-mail: koetter@igedo.com

Press Consultant CPM

Martina Kuchenbecker

t + 49.211.4396.484

e-mail: kuchenbecker@igedo.com