

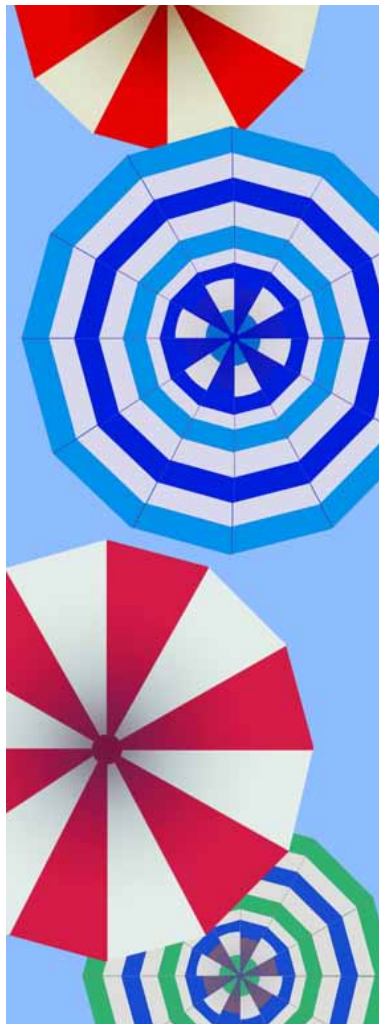
Lille, 22 de enero de 2010

iTissu Premier respira optimismo!

Una explosión de colores y materias, estampados impresionantes, románticos, campestres, vitaminados ya voluntad! Materias fluidas, ligeras e innovadoras para el bienestar.

Todos los ingredientes de la Beautiful Life estaban presentes.

TISSU PREMIER, lugar de encuentro para el diálogo y los negocios, respondió a las expectativas de 3661 visitantes, un 35% de ellos internacionales. Se cruzaron por los pasillos: las marcas, los creadores, y todos los grandes actores de la distribución del norte de Europa (TOPO KINDERMODEN, TOMMY HILFIGER, BLUE STORES, C&A, CASSIS, TONICKX, WAJCTEX, WESCO, MONOPRIX, GROUPE ZANNIER, CYRILLUS, CHATTAWAK, CHOMARAT, GROUPE BEAUMANOIR, AQUASCUTUM/JAEGER, Mc KAYS, NEXT, DEBENHAMS, PINEAPPLE, M&S MODE, MISS ETAM, FASHION 2 WEAR, etc.)



Los compradores del circuito corto, que asistieron en masa, encontraron sus actualizaciones para el verano de 2010, e incluso para el próximo invierno. Todos cerraron las puertas del salón armados con una visión iluminada y positiva, cargados de argumentos y bazas que garantizan el éxito de las futuras temporadas comerciales.

Creativos y reactivos, así son los tejedores y fabricantes. TISSU PREMIER y los compradores les dieron la razón, y el flujo de negocios fue bueno. Componentes inesperados para fibras innovadoras, denim "terapéutico", cremalleras de resina para mayor flexibilidad, encajes refinados, bordados cortados con láser, nuevas técnicas de estampado con chorro de tinta: todos ellos demuestran los esfuerzos y las inversiones a largo plazo para estimular la conservación de las competencias y desarrollar la innovación. Los nuevos expositores franceses y extranjeros conocieron un gran éxito. Cabe destacar también la llegada del « e-servicio»: una oferta de tejidos online, renovada constantemente y disponible inmediatamente.

En cuanto al Norte, Maisons de Mode afirma año tras año la calidad de sus creadores. La primicia de la exposición « Los Marinos Celestes» suscitó la curiosidad y el interés. En cuanto a los expositores regionales, su satisfacción contribuye al consenso general.

Las tendencias de TISSU PREMIER apuestan por los estampados flash, el florecimiento de las flores de algodón, la multiorientación de las rayas. Paralelamente, aparecen las materias « segunda piel », ligeras y fluidas, que privilegian el confort y la funcionalidad. Algunas palabras clave: aéreo, bienestar, elegancia, alegría...

Una moda que reconforta a los actores de la distribución, enfrentados a la mutación de los comportamientos de consumo, acelerada por la crisis y por los efectos de la "electronización" del comercio. El salón y sus expositores lo han entendido bien: el ritmo de la moda se intensifica, las colecciones se renuevan para hacer frente a unos consumidores que han visto evolucionar con el paso del tiempo sus preferencias de compra (frecuencia, exigencia de nuevos productos, de nuevas tecnologías...). El actor protagonista también necesita información e inteligencia: el público acudió a la cita de las conferencias de TISSU PREMIER. Se utilizaron todas las recetas para seducir al consumidor en la era de lo inmaterial. Soluciones para responder a las profundas mutaciones del consumo, adaptándose a una auténtica revolución en este último y adoptando una actitud positiva para el futuro.

(Podcast a descargar próximamente en la web www.tissu-premier.com)

Rendez-vous les 1er et 2 septembre 2010 à Lille Grand Palais

CONTACTO CON PRENSA FRANCESA
Scherzo : Christine NACRY / Constance OSTYN
TEL. 33 (0)3 20 89 01 23 - Fax : 33 (0)3 20 89 00 01
E-mail : contact@scherzo.fr

CONTACTO PRENSA INTERNACIONAL
CHRISTINE DELATTRE COMMUNICATION
TEL. 33 (0)1 41 41 07 54 - Mob : 06 60 70 21 72
E-mail : c.delattre.presse@orange.fr

