

Lille, li 22 gennaio 2010

Tissu Premier respira con ottimismo!

Un'esplosione di colori e di materie, stampe impressionanti, romantiche, campestri, energiche a volontà ! Materie fluide, leggere e innovative volte al benessere!

Tutti gli ingredienti della Beautiful Life sono stati presenti.

TISSU PREMIER, crocevia di scambi e di business, ha risposto alle aspettative dei 3661 visitatori di cui il 35% in provenienza dall'estero. Nei corridoi si sono incontrati: marchi, stilisti e grandi protagonisti della distribuzione nordeuropea (TOPO KINDERMODEN, TOMMY HILFIGER, BLUE STORES, C&A, CASSIS, TONICKX, WAJCTEX, WESCO, MONOPRIX, GROUPE ZANNIER, CYRILLUS, CHATAWAK, CHOMARAT, GROUPE BEAUMANOIR, AQUASCUTUM/JAEGER, Mc KAYS, NEXT, DEBENHAMS, PINEAPPLE, M&S MODE, MISS ETAM, FASHION 2 WEAR, etc.)



I buyer del circuito breve, presenti in massa, hanno trovato i riassortimenti per l'estate 2010 ed anche per il prossimo inverno.

Sono tutti usciti dal salone forti di una visione chiara e positiva con tanti argomenti e punti forti per il successo delle prossime stagioni commerciali.

Creatività e prontezza sono state le due principali colonne portanti di tessitori e fabbricanti tessili. TISSU PREMIER e i buyer ne hanno preso atto: la corrente del business non ha mancato l'appuntamento. Componenti inattese per fibre innovative, denim "terapeutico", cerniere lampo di resina per maggiore morbidezza, pizzi raffinati, ricami tagliati con il laser, nuove tecniche di stampa a gettito di inchiostro: il tutto dimostra gli sforzi e gli investimenti sul lungo termine per incoraggiare la conservazione del know-how e sviluppare l'innovazione. I nuovi espositori francesi e stranieri hanno riscosso un grande successo. Importante anche l'arrivo dell' "e-service": un'offerta di tessuti online, rinnovata in permanenza e subito disponibile.

Per la regione Nord, Maisons de Mode afferma ogni anno la qualità dei propri stilisti. L'anteprima della mostra "Aux Marins Célestes" ha suscitato curiosità e interesse. Quanto agli espositori regionali, la loro soddisfazione ha partecipato al consenso generale.

Le tendenze di TISSU PREMIER hanno fatto splendere i motivi, schiudere cotoni fioriti, orientare le righe in tutti i sensi. Al contempo, ci sono state materie per la pelle, leggere e fluide per prediligere comodità e funzionalità. Le parole d'ordine sono state: volatilità, benessere, eleganza, allegria.....

Una moda che rassicura i buyer della distribuzione messi a confronto con le evoluzioni comportamentali dei consumi, accelerate dalla crisi e dagli effetti dell'elettronizzazione del commercio. Il salone e gli espositori lo sanno: il ritmo della moda è più intenso, le collezioni si rinnovano per rispondere a consumatori le cui voglie di acquisto sono in piena mutazione (frequenza, esigenza di nuovi prodotti, nuove tecnologie...).

-Il protagonista della moda ha bisogno inoltre di informazione ed intelligenza: il pubblico non ha mancato le conferenze di TISSU PREMIER nelle quali sono state svelate tutte le ricette per sedurre il consumatore nell'era dell'immaterialità: soluzioni per rispondere ai profondi mutamenti dei consumi, adattarsi alla loro rivoluzione e guardare al futuro con positività.

(Podcast da scaricare prossimamente sul sito www.tissu-premier.com)

Agenda : 1 e 2 settembre 2010 - Lille Grand Palais

CONTATTO STAMPA FRANCIA

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

CONTATTO STAMPA INTERNAZIONALE

CHRISTINE DELATTRE COMMUNICATION

TEL. 33 (0)1 41 41 07 54 - Mob : 06 60 70 21 72

E-mail : c.delattre.presse@orange.fr

