

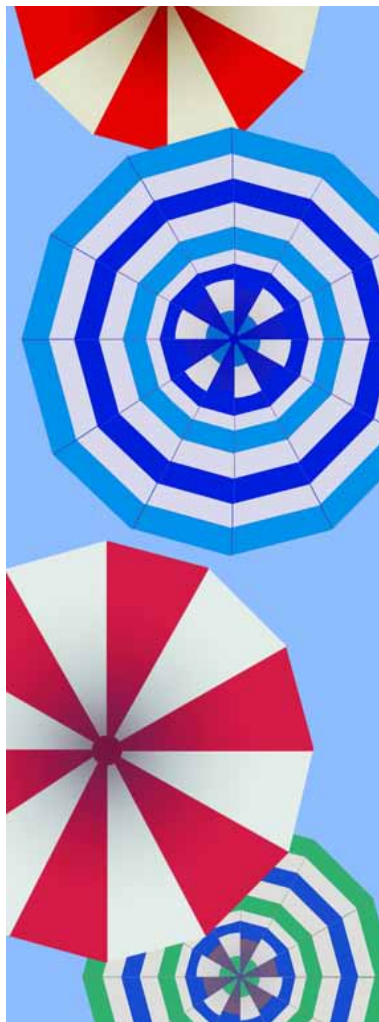
Rijsel, 22 januari 2010

## Tissu Premier straalt optimisme uit!

**Een explosie van kleuren en stoffen, indrukwekkende, romantische, landelijke en opwekkende prints, zoals u wenst! Soepele, lichte en vernieuwende stoffen die comfortabel zitten!**

**Alle ingrediënten voor een Beautiful Life waren van de partij.**

**TISSU PREMIER kon als trefpunt voor uitwisseling en zaken tegemoet komen aan de verwachtingen van 3661 bezoekers, waarvan 35 % internationale. In de gangen kwam iedereen elkaar tegen: merken, ontwerpers en alle grote actoren van de Noord-Europese distributie (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, enz.)**



Kopers uit het korte circuit, die massaal aanwezig waren, vonden hier hun trends voor de zomer van 2010, en zelfs voor de komende winter.

Iedereen keerde terug van het salon met een duidelijkere en positievere visie, gewapend met argumenten en troeven die garant staan voor het welslagen van de toekomstige handelsseizoenen.

Wevers en fabrikanten zijn nu eenmaal creatief en reactief. TISSU PREMIER en de kopers gaven hen gelijk, de zakenstroom zat goed. Onverwachte elementen voor vernieuwende vezels, "therapeutisch denim", ritssluitingen in hars voor meer soepelheid, geraffineerd kant, lasergesneden kantwerk, nieuwe inktjettechnieken voor printwerk: ieder zet z'n beste beentje voor en investeert op lange termijn, om de knowhow te handhaven en de innovatie te ontwikkelen. De nieuwe Franse en buitenlandse exposanten konden rekenen op heel veel interesse. En dan was er ook nog de komst van de "e-service": een online aanbod van stoffen, dat permanent wordt vernieuwd en dat onmiddellijk beschikbaar is.

In het noorden toont Maisons de Mode jaar na jaar dat het kwaliteitsvolle ontwerpers in huis heeft. De avant-première van de tentoonstelling "Aux Marins Célestes" lokte heel wat nieuwsgierigen en geïnteresseerden. De tevredenheid van de regionale exposanten draagt dan weer bij tot een algemene consensus.

De trends op TISSU PREMIER leverden flashy prints op, bloemrijke katoenen stoffen, en strepen in alle mogelijke richtingen. Parallel waren er ook stoffen die aanvoelen als een tweede huid, licht en soepel, met oog voor comfort en functionaliteit. Enkele kernwoorden: luchtig, comfortabel, elegant, vrolijk ....

Een mode die de actoren van de distributie geruststelt. Zij krijgen immers te maken met een veranderend consumptiegedrag, dat wordt versneld door de crisis en door de "elektroniseringseffecten" van de handel. Het salon en z'n exposanten hebben het begrepen: het moderitme neemt toe, de collecties worden vernieuwd om tegemoet te komen aan het veranderde koopgedrag van de consumenten (frequentie, roep om nieuwe producten, nieuwe technologieën ...). De modeactor heeft ook nood aan informatie en intelligentie: het publiek was dan ook aanwezig op de conferenties van TISSU PREMIER. Alle mogelijkheden om de consument te verleiden in crisistijd werden uitgeplozen. Er werden oplossingen naar voren geschoven om tegemoet te komen aan het sterk veranderend consumptiegedrag, om zich aan te passen aan een echte revolutie van die consumptie, en om de toekomst positief aan te pakken.

*(Podcast weldra down te loaden op de website [www.tissu-premier.com](http://www.tissu-premier.com))*

### Agenda : 1 en 2 september 2010 - Lille Grand Palais

CONTACT PERS FRANKRIJK

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](mailto:contact@scherzo.fr)

CONTACT INTERNATIONALE PERS

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

