

ИТОГОВЫЙ ПРЕСС-РЕЛИЗ «ПАРИЖ – МОСКВА ЭКСПРЕСС»

УСПЕХ АМБИЦИОЗНОЙ ПРОГРАММЫ «ПАРИЖ-МОСКВА ЭКСПРЕСС» ВДОХНОВЛЯЕТ НА НОВЫЕ ПРОЕКТЫ С РОССИЕЙ И СТРАНАМИ ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ

В этом году Парижская выставка оказалась по-истине уникальной и яркой, словно следуя своему новому названию Unique by Mode City.

Уникальность этого события посетители и экспоненты могли увидеть и почувствовать каждую минуту пребывания. Начиная с дефиле Bodypositive, с участием 13 обычных девушек, которые показали, что необязательно обладать идеальными пропорциями, чтобы быть красивой, заканчивая ультра-персонализированными ателье с нанесением имени на сумку и мини-студии Make Up Forever Academy.

Но безусловно главная ценность Выставки Unique by Mode City заключается в особом подходе в работе с посетителями и экспонентами, в создании уникальных условий, где они получают вдохновение, энергию и обмен опытом, которые позволяют по-новому взглянуть на свой бизнес и выйти на новый этап его развития. Так, благодаря знаниям индустрии нижнего белья России, Украины, Казахстана, Латвии, Литвы и Эстонии, и тесным взаимоотношениям со всеми игроками рынка этих стран, Евровет с успехом провела специальную программу «Париж-Москва экспресс», в результате которой был зафиксирован рост количества посетителей из этих стран в два раза, а Россия поднялась на пятое место в рейтинге посетителей, уступая лишь Франции, Италии, Германии и Испании.

Вдохновляясь таким результатом, Евровет будет проводить такие специальные программы с фокусом на различные страны на следующих сессиях Выставки.

В итоге более 100 марок приняли участие в программе Париж-Москва Экспресс со специальными мероприятиями:

- Golden Checklist/Золотой список марок: 100 марок, которые заявили о своем намерении развиваться на рынке России, Украины, Казахстана, Латвии, Литвы и Эстонии.
- 30 владельцев бутиков премиум сегмента получили подарки от французской марки Aubade
- Испанский бренд домашней и одежды Massana стал спонсором французского завтрака в Евровет Лаунже
- Обед для VIP – посетителей от французской марки Pain de Sucre.
- Коктейль-презентация на стендах
 - Французской марки DnuD
 - Французской компании VFB
- Спонсор торжественного ужина Амбассадороа в ресторане Quai Ouest компания Jolidon (Румыния) и Seafolly (Австралия).



ДЕЛОВЫЕ ВСТРЕЧИ И СПЕЦИАЛЬНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ С МАРКАМИ – ШАГ К НОВОМУ ЭТАПУ СОТРУДНИЧЕСТВА

Следующее мероприятие программы «Париж- Москва экспресс» проводилось впервые на выставке, утром в воскресенье 8 июля в 9:00 - Speed dating (Экспресс-встречи). На специальной площадке встретились одновременно 16 экспонентов, 8 агентов и 15 представителей независимых бутиков. Цель данного мероприятия заключалась в том, чтобы за один час познакомить между собой владельцев магазинов, агентов и марки, которые поставили Россию,

Украину, Казахстан, Латвию и Литву в приоритетное направление на следующие года или впервые выходят на данные рынки.



60 НОВЫХ БУТИКОВ-АМБАССАДОРОВ ЕВРОВЕТ

В ходе программы «Париж- Москва экспресс» был организован специальный прием для посетителей из России, Украины, Казахстана и стран Прибалтики с тематическим завтраком в Евровет лаунже, welcome подарками от испанского бренда Massana, VIP-ужином в ресторане, переводом конференций на русский язык. Также организаторы выставки оказывали помощь в работе на стендах с переводом и проведением переговоров.

В субботу вечером 7 июля в ресторане Quai Ouest представители 60-ти лучших бутиков получили специальный диплом от президента Евровет Мари-Лор Беллон «Бутик Амбассадор Boutique Ambassadeur». Премия «Бутик-Амбассадор» была создана Евровет в 2016 году и вручена представителям стран: Франция, Италия, Испания, Германия, Бельгия, Нидерланды, Швейцария, Люксембург, Великобритания и США. В 2018 году в клуб Амбассадоров присоединились Россия, Украина, Казахстан, Латвия и Литва.

Это также профессиональный международный клуб независимых мультибрендовых магазинов нижнего белья и купальников из разных стран мира, постоянных посетителей Выставок Евровет в Париже и Нью-Йорке, которые являются лучшими представителями индустрии в своей стране и получили признание как клиентов, так и профессионалов, за свой динамизм, следование последним тенденциям, безупречный сервис и профессионализм.



ПОСЕТИТЕЛИ О ВЫСТАВКЕ. ПЕРВЫЕ И ГЛАВНЫЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ.

Милена Кокорева, сеть мультибрендовых магазинов Triumph, Киров.

« Выставки в Париже посещала постоянно, пока Евровет не пришёл в Москву. После переключилась на Mode Lingerie&Swim Moscow, а сейчас вернулась за Евровет в Париж . Не пропускаю показы трендов белья и купальников, обязательно посещаю форум тенденций, пытаюсь успеть за деловой программой и семинарами. Они крайне полезны в формировании ассортиментной матрицы.

В бельевом бизнесе моя компания работает более 25 лет, поэтому планка выбора партнера достаточно высока. Только выставка в Париже позволяет сделать безошибочный выбор сильного партнёра с лучшим сбалансированным продуктом, с кем возможны долгосрочные партнёрские отношения. На июльской выставке я впервые ознакомилась с комплексом предложений от уникального бренда Великобритании Rapache. Посмотрю в ближайшем будущем во что воплотится мой интерес к бренду».

Jelena Aleksandrova, Purchasing Manager in ELKOR, Riga, Lettonie

Я посещаю выставку раз в год, в Июле. Для меня Unique by Mode City это ключевое событие в индустрии, возможность не только непосредственно сделать заказы, но и на несколько дней полностью раствориться в этой сфере: открыть для себя что-то новое, обменяться профессиональным опытом, расширить свой круг контактов, понять, в каком направлении движется рынок и просто интересно и продуктивно провести время.

Моей главной целью посещения выставки была работа над заказами купальников и одежды для пляжа сезона Весна-лето 2019 по текущим брендам, некоторые из которых, мне, кстати, удалось открыть для себя на выставке в прошлом году: Lauren Ralph Lauren, Michael Kors, Kate Spade, Magyan Mehlhorn, Ysabel Mora, Feba и проч.

На рассмотрение по возможному сотрудничеству в будущем отметила для себя марки Watercult и Seafolly, но настоящим приятным открытием для меня стала очень коммерческая и красивая коллекция купальников Emporio Armani, - работа над заказом уже в процессе.

Также было важно исследовать бренды в категории домашней одежды: понравилось отменное качество марки MEY, комбинации LingaDore. Эта группа товара непростая для нашего региона, поэтому ей следует уделить особое внимание.

Наталья Тишинова, сеть магазинов Edenbird, Краснодар

«Это моя первая выставка в Париже. Это уникальная возможность познакомиться с новыми брендами, окунуться в удивительную атмосферу, пообщаться с интереснейшими людьми. После такой перезагрузки приезжаешь с совершенно новым взглядом на работу, да и на жизнь в целом.

В связи с расширением бизнеса и ставкой на премиальный сегмент, я была в поисках новых партнеров. И очень рада, что их нашла. Мы начинаем сотрудничество с марками Emporio Armani и Aubade. Работая с этими марками, мы воплощаем миссию нашей компании - дать возможность каждой женщине принять свою индивидуальность и почувствовать себя свободно и уверенно.

Безусловно, это очень важная часть мероприятия. Понравилось абсолютно все. Отлично организованные обучающие мероприятия. Программа была очень насыщенной».

Колюжная и Галина Бондарева, магазины Ola-la и Première, Крым

Выставку стараемся посещать два раза в год. Для встречи со старыми партнерами, заказа новых коллекций и поиск новых.

В этом году заинтересовали купальники Dnud и пляжная одежда PNO Firenze. Планируем начать работать.

На выставке с удовольствием посещаем показы, форум тенденций, Очень полезная информация в подборе коллекций для магазинов на будущий сезон.

Лилия Панкеева, Unco Space, Москва

«Мы посещаем Выставку раз в год, для того, чтобы увидеть изменения и новые марки в сегменте нижнего белья и купальников и познакомиться с трендами. В июле я встречалась и смотрела

коллекции брендов, с которыми мы уже сотрудничаем. Else, Rossell England, Dora Larsen, все они являются экспонентами концептуальной площадки Exposed.»

Мини-интервью с Марией Тумсер, Mt trade mark GmbH:

Как для Вас прошла Выставка?

М.Т. : Очень загружено, как всегда! В этот раз поток клиентов из СНГ превысил все возможные показатели.

Почему Вы приняли участие в программе «Париж-Москва Экспресс» и выступили спонсором ужина Бутиков-Амбассадоров?

М.Т. : Мы считаем что неформальное общение с клиентами очень важно! Прежде всего мы все люди, а потом уже бизнес-партнеры. Евровет не просто дает лучшую профессиональную платформу для развития бутикам из других стран, но и новые личные контакты, возможность расширения кругозора (а значит и бизнеса!) за счет путешествий и общения. И это просто потрясающе!

Какие у Вас впечатления от баеров из России, Казахстана, Украины?

М.Т. : Мы считаем, что наши клиенты – это действительно яркие, потрясающие личности, сумевшие создать интересный и уникальный бизнес, каждый в своем регионе. Нам импонируют именно такие партнеры, потому что мы верим, что в них – будущее рынка. И мы безумно рады, что можем сами выбирать, с кем работать 😊



Контакты для прессы:

Яна Витюховская

tel: 33 1 47 56 32 93

yvityukhovskaya@eurovet.fr