

敬邀參加法國 Who's Next 及 Premiere Classe 展 聯合推廣活動

2018 年 9 月 7 日至 10 日 *More Than 50,000 Visitors*

設計師品牌進軍歐洲市場的最佳專業平台

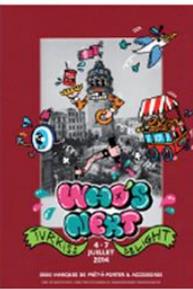
法國時裝展(Who's Next, 簡稱 WSN)由 WSN DEVELOPPEMENT 公司 1994 年於世界時尚之都巴黎創立專業時裝展,每年於 1 月及 9 月分別舉辦,每季精選超過 1,000 個品牌參展,吸引來自全球 50 個國家,超過 50,000 專業人士入場參觀,約有 1,000 名專業國際時尚媒體(含平面及網路)蒞臨展會參訪。參觀買家 60%來自法國當地,40%來自國際(歐洲、美國、中東、東南亞、日本等等),歐洲前五大參觀比例依序排名為:法國、義大利、西班牙、比利時、英國。WSN 同期並和 PREMIERE CLASSE 配件展一同舉辦(約超過 700 個精選配件品牌參與),參展品牌國際曝光度及能見度佳,大量接觸有效歐洲、國際買主及通路商!

2018 年 9 月 7 日至 10 日 Who's Next 於巴黎凡爾賽門展覽中心(Porte de Versailles, Paris)以 4 天 B-to-B 專業商貿展(Trade Show)舉行。由於參加品牌需經由主辦單位審核,參展商的高素質,吸引巴黎 WSN 參觀者每季都不斷增加中,買家類別包含:獨立零售店、概念店、精品店、百貨公司、連鎖零售商、線上零售商、批發商、製造商等等。此展為設計師品牌快速連結歐洲市場,接觸全球買主、開拓海外通路的最佳選擇,歡迎儘速報名!

- 展出時間:2018 年 9 月 7 日至 10 日(9 月 6 日佈展)
 - 展出地點:Porte de Versailles, Paris 巴黎凡爾賽門展覽中心
 - 展會官網:www.whosnext-tradeshow.com; www.premiere-classe.com
 - 報名日期:即日起至額滿為止
 - 適展廠商:台灣女裝、男裝、設計師品牌;配件品牌為 PREMIERE CLASSE 展區
需提供品牌相關資料,經由法國主辦單位審核通過後及付款完成,始確認報名成功
意者請 email 回傳此表及品牌資料(含近兩季 look book 和近一季 linesheet)
 - 活動方式:靜態展示(展示季節:2019SS)
 - 參與費用:NT\$100,000 元(含稅)
費用包含:6m²場租、台灣館標準建館及配備;實際展出及空間規劃依主辦單位配置為主
 - 承辦人:紡拓會 時尚行銷處 鄭綵芸 Tiffany 電話:(02)2341-7251 #2535
e-mail: tiffany@textiles.org.tw
- 請注意,回傳本表僅代表 貴公司有意報名,並不表示已完成報名手續或是保有攤位

公司名稱: _____	品牌名: _____
公司地址: _____	
聯絡人: _____	電話: _____ (分機: _____) 手機: _____
電子郵件: _____	產品類別: _____
※為鼓勵台灣品牌以國際開發季節推廣商品,報名此展需參加 Taipei IN Style 2018 年 11 月展(19SS) (主辦單位保留調控權利)	

※依個人資料保護法規定,紡拓會於運作期間內將依法蒐集、處理及利用您所提供之直接或間接接識別個人資料(應用區域為全球),該資料於本表單處理結束後轉入紡拓會資料庫受妥善維護。如您詳閱並瞭解上述內容後,仍願意資料填寫,則視同您同意紡拓會蒐集、處理及利用您的個人資料。



Who's Next.

KEY FACTS

2 SESSIONS PER YEAR AT PARIS PORTE DE VERSAILLES
 JANUARY (FALL/WINTER COLLECTIONS)
 SEPTEMBER (SPRING/SUMMER COLLECTIONS)

55 000 VISITORS
 40% INTERNATIONAL

WHO'S NEXT SHOWCASES
 MORE THAN 1,000 CLOTHING BRANDS
 WOMAN'S WEAR, MEN'S WEAR, URBAN WEAR, ALL THE SECTORS PRESENTED ARE DIVIDED IN 5 AREAS

PREMIERE CLASSE SHOWCASES
 A SELECTION OF MORE THAN 700 BRANDS THE BEST INTERNATIONAL ACCESSORY BRANDS FROM ALL PRODUCT CATEGORIES: SHOES, LEATHER GOODS, EYEWEAR, JEWELLERY, TEXTILE ACCESSORIES

ALL FASHION SECTORS ARE REPRESENTED: WOMENSWEAR, MENSWEAR, URBANWEAR, ACCESSORIES, SHOES, LEATHER GOODS.

MORE THAN A SHOW:
 CLOTHING TREND FORUMS, FASHION SHOWS, DEDICATED EXHIBITIONS, CONFERENCES AND PARTIES.

Buyers Audience

50.000 visitors

Department stores, concept stores and multi-brand stores (60% French - 40% international)

FRANCE

Amazon
 Brandalley
 Citadium
 Franck et Fils
 Galeries
 Lafayette
 L'Exception
 Le Bon Marché
 Merci
 Printemps
 Sarenza
 Zalando

UNITED KINGDOM

Browns
 Dover Street Market
 Start London
 Liberty
 Asos
 Anthropologie
 Urban Outfitters
 Harvey Nichols
 Fenwick
 Fortum & Mason
 Jules B

ITALY

Luisa Via Roma
 Yoox
 Excelsior
 Gigi Tropea
 Brian & Barry
 San Carlo Dal 1973
 Victorienne

SOUTH KOREA

10 Corso Como
 Hanwha
 Galleria
 Shinsegae
 So salt
 Hunday
 Samsung Group
 LG Fashion
 Handsome
 Koon

JAPAN

United Arrows
 World
 Tomorrow Land
 Sogo Seibu
 Ships
 Sun Motoyama
 Jupiter Shop
 Channel
 Jun Co
 Isetan
 Mitsukoshi
 Fred Segal
 Japan
 Acquagirl

SOUTH EAST ASIA

Artifacts
 Passhion
 Bonita
 Melium
 Robinson and co
 Pois
 Far eastern
 Melium Group



Top visitorship for Europe

1. France
2. Italy
3. Spain
4. Belgium
5. United Kingdom

Media Audience

1,000 media

BtoC and BtoB press, online media, bloggers, influencers, etc.

GRAZIA, MADAME FIGARO, ELLE, VOGUE INTERNATIONAL, GLAMOUR, CITIZEN K, L'OFFICIEL, MARIE CLAIRE, WAD, STYLIST, HARPER'S BAZAR, FASHION TV, L'EXPRESS STYLE, GLOBO, BUSINESS OF FASHION, FASHION MAG, WWD, DRAPERS, SENKEN SHIBUM, JOURNAL DU TEXTILE, NOT JUST A LABEL, NOTICIERO TEXTIL, etc.

GRAZIA

ELLE

VOGUE

madame
FIGARO

marieclaire

L'OFFICIEL

GLAMOUR

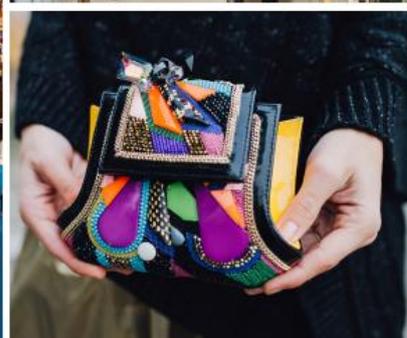
BAZAAR

The Business of Fashion
BOF

THE FASHION BUSINESS
Drapers



WWD



P Premiere
Classe.