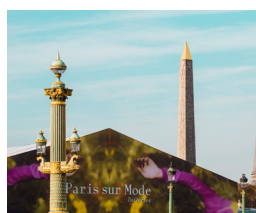


Sélectivité de l'offre, innovation et partenariats ont permis la stabilité du visitorat

PARIS SUR MODE TUILERIES et PREMIERE CLASSE TUILERIES confirment leur attractivité et enregistrent un visitorat stable qui s'établit à 22 695 en Octobre 2017 comparé à 22 658 en Octobre 2016 ; on appréciera la part des acheteurs qui augmente de 2,30 % et atteint 11 304 (versus 11 050 en Octobre 2016). On note également le maintien à l'équilibre de la part des visiteurs & acheteurs internationaux (60,5 %) et un Top 5 identique à Octobre 2016 des pays visiteurs (Japon, Italie, Etats-Unis, Royaume-Uni & Espagne).

PREMIERE CLASSE TUILERIES

Premiere Classe Tuileries a proposé cette saison encore de nouveaux concepts et des tendances fortes inscrivant cette édition sous le signe de l'innovation et de l'anticipation. Premiere Classe Live, #HeartsMovement, la boutique vintage composée de collectionneurs internationaux ou encore la mise en lumière d'une sélection de marques mettant en scène l'imagerie de l'érotisme confortent Premiere Classe Tuileries dans sa position de prescripteur. Le live, plaçant les créateurs et les savoir-faire au cœur de l'expérience d'un salon à vivre autant qu'à visiter, a particulièrement marqué les esprits.



PARIS SUR MODE TUILERIES

Une montée en gamme de l'offre servie par une scénographie élégante et le partenariat avec le Festival International de Mode et de Photographie à Hyères, ont confirmé la place désormais acquise de Paris Sur Mode Tuileries - Place de la Concorde - en tant qu'épicentre de la semaine des achats de la Fashion Week. Une sélection de marques au concept affirmé, une offre magazine avant-garde ou encore des expositions telles que celle de parfums d'exception ou encore celle d'Alexandra Senes pour la marque Kilometre, démontrent la capacité du salon Paris sur Mode Tuileries à se projeter sur la mode de demain.