

« Nom de code : June » devient une plateforme phygitale de services dédiée aux marques et aux acheteurs.

Dans un marché en pleine évolution, il est nécessaire d'être à l'écoute des besoins des acheteurs et au service des marques. Le salon, tel qu'on le connaît, est en mutation et son rôle ne doit plus se limiter à une présence éphémère 4 fois par an.

Conscient de cette nouvelle donne, le nouveau co-directeur général de WSN Développement prend la décision de transformer l'initiative 'Nom de Code : June' initialement imaginée comme un salon en une plateforme phygitale de services aux marques et aux acheteurs.

« Lorsque j'ai rejoint la société WSN Développement, le projet de lancement d'un nouveau salon en Juin était engagé. Après concertation avec plusieurs professionnels et les équipes internes, nous avons estimé qu'ajouter un rendez-vous traditionnel au calendrier de Juin n'était pas la meilleure solution à proposer ; il y avait déjà beaucoup d'offres sur la place parisienne sur cette période et nous risquions, en ajoutant un lieu de plus, de créer une situation non satisfaisante pour tout le monde de sur-sollicitation des acheteurs. Nos salons de Porte de Versailles et des Tuileries fonctionnent, sont leaders et continueront de se renforcer ; en dehors de ces rendez-vous incontournables, les clients ont besoin d'autres services annuels et durables, qui servent leur intérêts quel que soit le lieu où ils exposent.

Nous pensons qu'aujourd'hui le rôle d'un leader comme WSN Développement est d'apporter de nouvelles initiatives inspirantes et apportées de business pour les marques. » Frédéric Maus

Cette nouvelle solution phygitale sera donc ouverte à tous, qu'ils soient déjà clients ou non des rendez-vous de WSN Développement. Elle ouvrira dès Juin pour se renforcer continuellement et proposer de véritables services annualisés.

Une plateforme online permettra aux marques de présenter leur collection aux acheteurs durant toute la période de commercialisation, mais également d'interagir avec les acheteurs et les détaillants. Des études acheteurs exclusives donneront les premières grandes tendances observées sur les Fashion Week internationales.

Des services print et digitaux permettront de dynamiser le trafic vers l'ensemble des sites parisiens lors des markets week et des fashion week. Ces supports seront distribués dès juin à tous les acheteurs présents à Paris, dans tous les hôtels, restaurants et principales destinations phares de la capitale. L'ensemble de ces initiatives s'accompagnera d'opportunités de visibilité et de contact direct pour les marques afin d'atteindre de nouveaux acheteurs.

Contact Presse

Lappartpr
Caroline Bonnet
+33 (0)1 44 55 04 70
caroline@lappartpr.fr



www.whosnext-tradeshows.com



premiere-classe.com