

Workshop chouchoute ses créateurs

La stratégie de Workshop Fashion Agency repose sur la valorisation et l'encadrement de ses créateurs. Dans ce but elle se recentre depuis trois ans sur ses deux principaux événements : **Workshop** Paris et Workshop Mood Tokyo.

Sur le territoire nippon, elle est la seule société privée française à organiser un salon mode pendant la fashion week de Tokyo. Si ce rendez-vous est un succès, c'est grâce à la collaboration entre Sarah Tenot, présidente de WFA et Setsuko Araki très connue dans le milieu de la mode et ex-directrice de communication de Yohji Yamamoto. La 10^e édition qui se tiendra du 20 au 22 octobre 2009 sera festive avec un défilé de labels. Sur Paris, l'accent est mis sur l'accompagnement des marques. Ainsi, les organisateurs mettent gratuitement à disposition leurs locaux, en plein cœur du quartier parisien du Marais. Les Preview organisés fin juin pour les acheteurs en témoignent. Et même leur bureau de presse l'Appart. pr, est désormais en charge de promouvoir les nouvelles collections des exposants. « Avec les marques, nous travaillons toute l'année nous voulons miser sur le service ! Tout ne se joue pas sur les 4 jours du salon... » affirme sereine Myriam Mohamed, responsable de la commercialisation, qui note une fidélisation de ses exposants, le retour des « anciens » et une hausse de demandes pour de nouvelles inscriptions.