

FRENCH FASHION WEEK
NEW YORK

FrenchFashionWeek.org

NEW YORK
4-5-6 SEPTEMBRE 2019
(Grand Public : 4-8 septembre 2019)

LE PLUS IMPORTANT ÉVÉNEMENT
DE LA CRÉATION & DU SAVOIR-FAIRE FRANÇAIS
JAMAIS ORGANISÉ AUX ÉTATS-UNIS

À LA RENCONTRE DU MARCHÉ US :
ACHETEURS ♦ DISTRIBUTEURS ♦ SHOWROOMS ♦ E-BOUTIQUES ♦ DÉCIDEURS
INFLUENCEURS ♦ MÉDIA ♦ VIP ♦ INVESTISSEURS & "CONSUMERS"

SOUS LE HAUT PARRAINAGE DE S.E. GÉRARD ARAUD, AMBASSADEUR DE FRANCE AUX ÉTATS-UNIS

EN PRÉSENCE DE S.E. ANNE-CLAIRE LEGENDRE, CONSULE GÉNÉRALE DE FRANCE À NEW YORK



AVEC LE SOUTIEN DE

& LA PARTICIPATION DE

UN ÉVÉNEMENT CONÇU ET PRODUIT PAR

FRENCH TOUCH USA
EXPERIENTIAL MARKETING CONSULTING & PRODUCTION

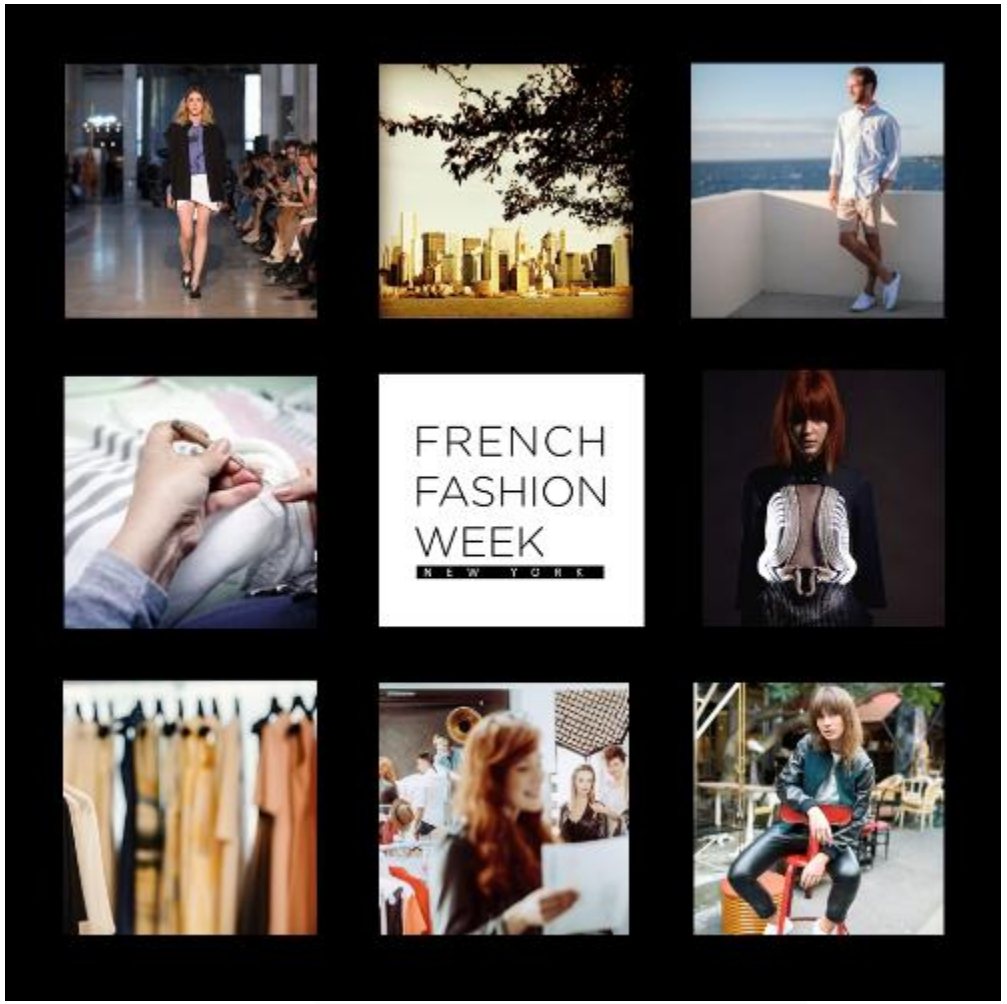
FRENCH FASHION WEEK
NEW YORK

UN RASSEMBLEMENT MAJEUR DE L'INDUSTRIE DE LA MODE

Alors que la mode,
la couture et la création
sont toujours fortement
associées à la France,
il n'existe aucun
rassemblement majeur de
l'Industrie Française
de la Mode aux États-Unis.

➔

4 AU 8 SEPTEMBRE 2019,
PREMIÈRE ÉDITION DE
FRENCH FASHION WEEK
NEW YORK



© French Touch USA / 2016-2018

FRENCH FASHION WEEK
NEW YORK

UNE PLATEFORME EXPÉRIENTIELLE UNIQUE



© French Touch USA / 2016-2018

Pour la première fois aux USA, "FRENCH FASHION WEEK NEW YORK" - **Plateforme Expérientielle UNIQUE** – est conçue pour offrir **aux nombreux et talentueux acteurs de la mode française,** des **opportunités commerciales et de "Business Développement"** nécessaires à leur conquête et développement aux USA.

"FRENCH FASHION WEEK NEW YORK" veut aussi **favoriser les échanges** entre les intervenants des industries de la mode française et new yorkaise.

"FRENCH FASHION WEEK NEW YORK" offre également aux entreprises participantes des opportunités de RP et de communication.

"FRENCH FASHION WEEK NEW YORK" est une **opération d'approche collective du marché américain**, proposée clefs en main aux participants, sélectionnés selon des critères de qualité et de créativité.

FRENCH FASHION WEEK NEW YORK

OUTIL DE PROSPECTION &/OU DE CROISSANCE



"FRENCH FASHION WEEK NEW YORK", rendez-vous annuel de l'industrie de la Mode Française aux USA, est **une vitrine** de la création française, à destination de **cibles américaines, notamment** :

Professionnels du secteur de la mode aux USA :

- Acheteurs "department stores", concept stores, multimarques, showrooms, distributeurs, agents, e-boutiques...

Mais aussi des représentants des **grandes marques américaines** intéressées par des **collabs** ou attirées par le **savoir-faire Français**.

Des Partenaires potentiels / Investisseurs

© French Touch USA / 2016-2018

FRENCH FASHION WEEK NEW YORK

OUTIL DE COMMUNICATION & DE RELATIONS PUBLIQUES





"FRENCH FASHION WEEK NEW YORK" est également une vitrine de la création française, à destination des :

- Médias (traditionnels et online)
- Bloggeurs (Fashion, Lifestyle et généralistes)
- Influenceurs
- VIPs, "socialites" ...
- Grand Public attiré par la mode française, le Luxe et le Lifestyle

FRENCH FASHION WEEK
NEW YORK

COMPRENDRE L'APPROCHE DU MARCHÉ US



© French Touch USA / 2016-2018

Cet événement permet aux entreprises participantes **d'accéder** également aux **outils et interlocuteurs nécessaires :**

À l'**approche** et à la **compréhension** du marché US

À l'**implantation** et/ou au **développement** aux USA

À leur **promotion** sur le marché.

→ Grâce à des rencontres d'experts et de partenaires potentiels



UNE PLATEFORME EXPÉRIENTIELLE GLOBALE

MEETINGS B2B

ACHETEURS
AGENTS
DISTRIBUTEURS
PARTENAIRES POTENTIELS
INFLUENCEURS





FASHION SHOWS
B2B
B2C



FRENCH
FASHION ROOM

MEDIA LOUNGE



RETAIL TOURS

FRENCH
FASHION
WEEK
NEW YORK

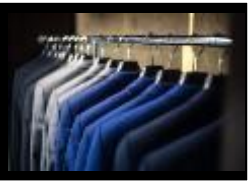


PROGRAMME
CULTUREL
("Talk" par Valerie Steele...)



ESPACE
"SAVOIR-FAIRE"

FRENCH
CONCEPT
STORE





RÉCEPTIONS

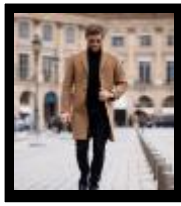
VIP BUSINESS
NETWORKING

© French Touch USA / 2016-2018



LES UNIVERS FRENCH FASHION WEEK

FFW - LES COLLECTIONS



FEMME
HOMME
LINGERIE



MAROQUINERIE
CHAUSSURES

AUTRES
ACCESSOIRES



JOAILLERIE

FFW - LE LAB



CRÉATEURS
ÉMERGENTS

FEMME
HOMME

FRENCH
FASHION
WEEK
NEW YORK

FFW – L'ÉTHIQUE



SUSTAINABLE
FASHION

FFW - LA FAB



E.P.V.

MAISONS DE
SAVOIR-FAIRE

ATELIERS
ARTISANS
D'EXCEPTION

FFW - LA TECH



FRENCH
FASHION
TECH

INNOVATION

UNE PLATEFORME GLOBALE POUR VOUS AIDER À RÉUSSIR AUX USA



OUTIL D'APPROCHE
(&/OU DE CROISSANCE)
DU MARCHÉ US

3 JOURS RDV & ÉVÉNEMENTS B2B
AVEC
ACHETEURS, AGENTS,
SHOWROOMS, DISTRIBUTEURS,
PARTENAIRES POTENTIELS,
INVESTISSEURS ...

PROFITER PLEINEMENT
DE LA MUTUALISATION
DES COÛTS
& DES RESSOURCES

INTERACTIONS
B2B
&
B2C

FRENCH
FASHION
WEEK
NEW YORK

VENDRE VOTRE EXCELLENCE
FRANÇAISE GRÂCE À
L'APPROCHE COLLECTIVE

VISIBILITÉ GLOBALE +
RETOMBÉES
POUR MARQUES &
PARTENAIRES

TESTS "LIVE" & ÉCHANGES
AVEC CONSOMMATEURS US
DANS FRENCH CONCEPT
STORE

NOS ÉQUIPES (NEW YORK + PARIS) SONT RECONNUES POUR LEUR SAVOIR-FAIRE DANS L'ORGANISATION D'ÉVÉNEMENTS D'ENVERGURE DE PROMOTION DE L'EXCELLENCE FRANÇAISE AUX USA

PARTICIPANTS (1)



© French Touch USA / 2016-2018

LES MARQUES/ENTREPRISES PAS ENCORE DISTRIBUÉES/IMPLANTÉES

- Les marques/entreprises qui désirent se lancer ou se développer sur le marché américain.
- Les marques/entreprises qui ont compris que « l'anonymat » relatif des entreprises françaises participant aux grands salons de leur industrie aux USA ne leur permet quasiment plus d'y développer du « new business ».
- Les marques/entreprises qui veulent vendre, grâce à une approche collective, leur Excellence Française aux américains.

PARTICIPANTS (2)





LES MARQUES/ENTREPRISES DÉJÀ DISTRIBUÉES/IMPLANTÉES

- Les marques **déjà distribuées** qui désirent **renforcer leur développement commercial / communication / visibilité** (RP – Networking – Lancement de collection – Marketing) mais **qui n'ont pas les budgets nécessaires** pour organiser leur propre défilé, ouvrir leur showroom ou leur bureau, et/ou qui souhaitent amplifier leur promotion.

- Les marques **déjà bien implantées aux USA**, désireuses de profiter d'un événement attractif pour **rencontrer les influenceurs et VIPs, inviter leurs clients et partenaires, créer une opération marketing en amont** et profiter du potentiel de cette **opération expérientielle de l'Excellence Française.**

Les participants seront sélectionnés afin de respecter le niveau d'exigence de l'événement.

Les participants seront présentés dans leur univers. Chaque univers étant distinct dans sa mise en scène.

LA MODE VA PARLER FRANÇAIS À NEW YORK

FRENCH
FASHION
WEEK
NEW YORK



© French Touch USA / 2016-2018

DÉFILÉS

Un espace dédié aux défilés permettra à chaque marque sélectionnée qui le souhaite, d'organiser son **propre défilé au sein de FRENCH FASHION WEEK,** en utilisant **l'ensemble des ressources** mises à sa disposition.

Pendant le weekend, les marques qui le souhaitent pourront participer aux défilés Grand Public



© French Touch USA / 2016-2018



FRENCH SHOWROOM

ESPACE DE **PRÉSENTATION DES COLLECTIONS AUX ACHETEURS, AGENTS, DISTRIBUTEURS ET INFLUENCEURS.**

Organisé en univers et savoir-faire :

FFW - LE LAB ➔ Créateurs émergents – Femme / Homme

FFW - LES COLLECTIONS ➔ Femme / Homme / Lingerie – Maroquinerie / Chaussures / Autres accessoires - Joaillerie

FFW - LA FAB ➔ E.P.V. - Maisons de savoir-faire – Ateliers – Artisans d'exception

FFW - LA TECH ➔ French Fashion Tech - Innovation

FFW – L'ÉTHIQUE ➔ La mode éthique et responsable

French Fashion Room est proposé **en complément des défilés et comme lieu convivial de présentation et de rencontre des acheteurs, média et influenceurs.**

Cet espace chaleureux accueillera également des **démonstrations des maisons de savoir-faire**

AMBIANCE DÉFILÉS
(Grand Siècle / French Contemporary)

Luxe



"French Touch"



DANS UN DÉCOR "FRENCH TOUCH"

Création d'une atmosphère élégante, raffinée, invitant au rêve.

Alliant l'audace des créateurs participant à une ambiance mixant le design contemporain aux codes "Grand Siècle", FRENCH FASHION WEEK NEW YORK capitalise sur les symboles immuables de l'excellence à la française et les images positives qu'elle véhicule.

DESIGN CONTEMPORAIN "Élégance Française"



Décor Floral Bougies



Touches "Grand Siècle"



© French Touch USA / 2016-2018

AMBIANCE SHOWROOM

DANS UN DÉCOR "FRENCH TOUCH"

Création d'une atmosphère de charme à la française, invitant au voyage dans les maisons de France.

Salons, bibliothèques, tables partagées, (fleurs, décors, bougies...). Autant de lieux de vie pour échanger en toute convivialité

LIFESTYLE



"FRENCH TOUCH"









CHARME



"COSY"



SAVOIR-VIVRE





© French Touch USA / 2016-2018

FRENCH CONCEPT STORE©

Accessible au grand public.

L'opportunité pour les marques de **tester les réactions de la clientèle américaine** et **réaliser une étude de marché "en live".**

Pour les marques déjà présentes aux USA, l'occasion de présenter leurs collections / produits à de nouveaux clients potentiels, et les aider à générer du trafic vers leur(s) espace(s) de vente.

Les participants peuvent décider de manager eux-mêmes leur corner sans cost supplémentaire, ou bien le déléguer à l'équipe de French Fashion Week (avec un cost admin en sus)





© French Touch USA / 2016-2018

ÉTHIQUE



© French Touch USA / 2016-2018

FRENCH FASHION WEEK PRÉSENTE UN ESPACE SPÉCIALEMENT DÉDIÉ À LA MODE ÉTHIQUE ET RESPONSABLE, EN PARTENARIAT AVEC ICONABLE.

Cet espace FRENCH FASHION WEEK encourage:

- Les créateurs éthiques et reponsables
- La transparence et traçabilité sur la chaîne de production
- La “slow fashion” et la qualité plutôt que la quantité
- Le savoir-faire et l’artisanat
- L’utilisation de matériaux naturels et respectueux de notre planète

PAR AILLEURS ET SUR L'ENSEMBLE DE L'ÉVÉNEMENT, FRENCH FASHION WEEK APPLIQUERA L'ÉTHIQUE SUIVANTE :

LE REFUS DU XXS

N'encourager ni la maigreur ni le dictat d’une mode qui ne reflète pas la réalité.

LE REFUS DE LA SOUFFRANCE ANIMALE

Les participants ne présenteront ni fourrure, ni angora.

LA CONSOMMATION EXIGEANTE

Les créateurs et les marques qui privilégient la qualité et non la "Fast-Fashion".







BUSINESS & NETWORKING

En collaboration avec nos partenaires spécialisés, seront invitées les cibles prioritaires de nos participants :

ACHETEURS, DISTRIBUTEURS, SHOWROOMS, AGENTS, PARTENAIRES POTENTIELS, ET INFLUENCEURS

Pendant ces 3 jours auront également lieu :

- Lancement officiel, soirées privées, petits déjeuners professionnels : Des Rendez-vous de networking élégants, permettant aux marques d'établir des relations avec les professionnels, partenaires potentiels ou influenceurs mais aussi avec les autres participants.
- Des Retail Tours

Mais aussi :

\+ **CONSEILS ONE-ON-ONE & MASTERCLASSES** \+ **DISCUSSIONS & CONFÉRENCES**

Nous répondrons également aux demandes spécifiques de chacun dans la mesure du possible.

LA MODE, AMBASSADEUR CULTUREL

"Talk" par VALERIE STEELE
(director & chief curator - The Museum at the Fashion Institute of Technology) sur la Mode Française

EXPOSITIONS de photographes de mode

DÉDICACES / rencontres d'auteurs Mode & Lifestyle



AWARDS DES CRÉATEURS ÉMERGENTS



© French Touch USA / 2016-2018

Les Awards seront remis par un jury composé de professionnels français et américains.

Les French Fashion Week Awards récompenseront les créateurs émergents dans le domaine de la mode, de l'accessoire et de la bijouterie.

FRENCH FASHION WEEK
NEW YORK

300 ANS DE MODE FRANÇAISE AU MUSÉE DE LA MODE DE NY PENDANT FRENCH FASHION WEEK







The Museum at FIT

Pendant French Fashion Week, pour célébrer son 50ème anniversaire, le Musée de la Mode à FIT ouvrira une exposition majeure célébrant 300 ans de Mode Française.

"Curatée" par Dr. Valerie Steele, directrice du Museum at FIT, cette exposition donnera lieu à la parution d'un livre et accueillera un symposium.

FRENCH FASHION WEEK travaille sur un partenariat avec l'équipe de Valérie Steele pour développer des synergies pour porter toujours plus haut les couleurs de la mode et de la création française.

© French Touch USA / 2016-2018

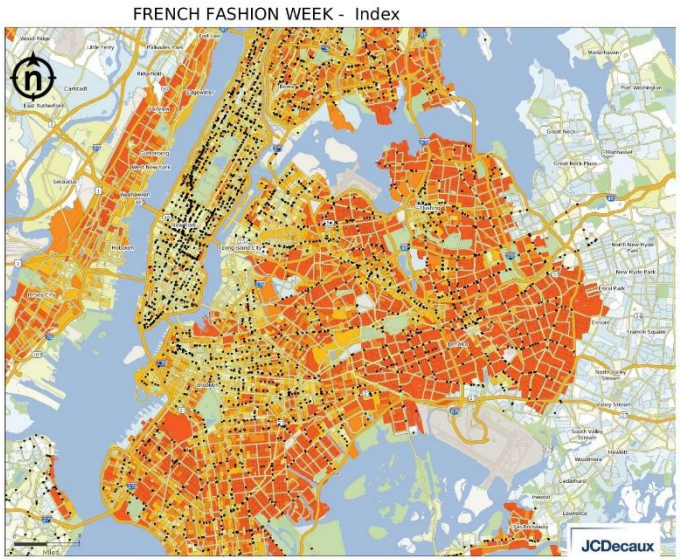
FRENCH FASHION WEEK
NEW YORK

UNE COMMUNICATION MULTI-CANAUX

FRENCH FASHION WEEK communiquera en amont, pendant et en aval sur l'opération grâce à la mise en place de multiples campagnes sur différents segments :

- Une **campagne soutenue de RP en France** et aux États-Unis, à la fois sur les média (traditionnels et online) mode & lifestyle, économiques, et généralistes
- De nombreuses **campagnes sur les "social media"**, notamment sur **Instagram**, **Facebook** et **Twitter**
- Approches spécifiques envers "**instagrammers**", "**bloggers**" et autres "**influencers**"
- Des campagnes de Marketing Direct ciblées sur divers types de fichiers (acheteurs, grossistes, distributeurs, multi-marques, professionels, ...

Une importante **campagne d'affichage JC DECAUX** à New York



DATA: MEDIA PLANNING

NEUSTAR E1 PLATFORM: FASHION WEEK AUDIENCE NY DMA

Target Profile:

- Primarily Female
- Age: 18-55
- Income > $100K
- Graduated College or more
- Agrees with at least 4 of the below:
  - I like to keep up with the latest fashions
  - I like to try new things no one else has
  - Every season I buy the latest fashions
  - I keep up with changes in Styles & Fashions
  - I love the idea of traveling abroad
  - Vacation experiences differentiate me from my friends
  - I enjoy eating foreign foods
  - I try to eat gourmet food whenever I can
  - I really enjoy cooking\
- Visited Beauty/Fashion/Style website(s) in last 3 months
- Attended live theater last 12 months

LA MODE VA PARLER FRANÇAIS À NEW YORK
SAVE THE DATE

QUAND
4-5-6 septembre 2019
(Jusqu'au 8 septembre pour
Défilés Grand Public & French Concept Store)

OÙ
Dans un lieu éphémère
au cœur de Manhattan

PARTENARIATS (d'autres sont en cours)

AVEC LE SOUTIEN DE

& LA PARTICIPATION DE

FRENCH FASHION WEEK EST PLACÉE SOUS LE PARRAINAGE DE S.E. GÉRARD ARAUD, AMBASSADEUR DE FRANCE AUX ÉTATS-UNIS

EN PRÉSENCE DE S.E. ANNE-CLAIRE LEGENDRE, CONSULE GÉNÉRALE DE FRANCE À NEW YORK

FRENCH FASHION WEEK est également soutenue par Mr. Roland Lescure, Député

Calendrier des rendez-vous organisés en France avec les partenaires institutionnels de French Fashion Week sur www.FrenchFashionWeek.org et sur les réseaux sociaux.

PROGRAMME (en cours)

FRENCH FASHION WEEK
NEW YORK



MAI 2019

RÉCEPTION/PRÉSENTATION DE FRENCH FASHION WEEK
MEDIA & INFLUENCEURS – New York

4-8 SEPTEMBRE 2019 : FRENCH FASHION WEEK NEW YORK

3 SEPTEMBRE	PETIT DÉJEUNER DE LANCEMENT et D'ACCUEIL DES PARTICIPANTS En présence de S.E. Anne-Claire Legendre, Consule Générale de France à New York
4 SEPTEMBRE	SOIRÉE VIP OFFICIELLE AU CŒUR DE FRENCH FASHION WEEK en présence de VIP/Média/Influenceurs et officiels français et américains
4-5-6 SEPTEMBRE	DÉFILÉS + SHOWROOM + RDV B2B + NETWORKING + RDV 1-on-1 + SPEEDFASHIONNETWORKING
5 SEPTEMBRE	"CHAMPAGNE RDV" SPECIAL BLOGGUEURS & MÉDIA (17H)
5 SEPTEMBRE	SOIRÉE "INFLUENCE DE LA MODE FRANÇAISE" AUTOUR DE VALERIE STEELE, DIRECTOR & CHIEF CURATOR OF THE MUSEUM AT FIT
6 SEPTEMBRE	SOIRÉE "FRENCH SAVOIR-FAIRE" / CONSEILLERS DU COMMERCE EXTÉRIEUR DE LA FRANCE
4-5-6 SEPTEMBRE	LES "FRENCH FASHION WEEK BREAKFASTS" EN ASSOCIATION AVEC LES PARTENAIRES
4 AU 8 SEPTEMBRE	OUVERTURE DU "FRENCH CONCEPT STORE" AU GRAND PUBLIC 7 SEPTEMBRE : DÉFILÉS OUVERTS AU GRAND PUBLIC
9-10 SEPTEMBRE	RETAIL TOURS et sur demande : RDV SHOWROOMS

© French Touch USA / 2016-2018

SAUVEGARDER LE SAVOIR-FAIRE...

LE CONSERVATOIRE DU GESTE

FRENCH FASHION WEEK "MILITERA" également pour la sauvegarde des savoir-faire français en collaboration avec OLIVIER LAPIDUS.

Olivier Lapidus, l'un des grands créateurs français, a débuté sa carrière chez Balmain et reçu le Dé d'Or de la Haute Couture en 1992. Plus récemment, il était directeur artistique de la Maison LANVIN jusqu'en mars 2018 et se consacre désormais à sa propre Maison.

Sa démarche : "...concilier les métiers d'art et le savoir-faire français avec la technologie...".

Premier couturier à s'être intéressé aux nouvelles technologies, il a récemment initié un concept de "Maison de couture digitale".

Alors qu'il travaille aujourd'hui à la création d'un CONSERVATOIRE DU GESTE, FRENCH FASHION WEEK veut aider Olivier Lapidus à lever des fonds aux USA pour cette importante cause.

Les maisons de savoir-faire françaises
existent depuis François 1er.
Elles ne peuvent disparaître !



© French Touch USA / 2016-2018

ADVISORY BOARD (EN COURS DE CONSTITUTION)

SOPHIE L'HÉLIAS

Spécialiste de la gouvernance d'entreprise, elle est la co-fondatrice du International Corporate Governance Network (www.ICGN.org), et a récemment fondé LeaderXXchange™ aux USA, qui rassemble investisseurs institutionnels, dirigeants et autres acteurs du marché, afin de promouvoir la diversité au sein des Conseils d'Administration. Sophie L'Hélias est Administrateur de KERING depuis 2016.

OLIVIER LAPIDUS

Olivier Lapidus, a débuté sa carrière chez Balmain et reçu le Dé d'Or de la Haute Couture en 1992. Il était récemment directeur artistique de la Maison LANVIN et se consacre désormais à sa propre Maison.

Il est la première personnalité à rejoindre l'événement et défendra la création d'un Conservatoire du Geste et du Savoir-Faire en France.

JEAN-CLAUDE NARCY

Jean-Claude Narcy a commencé sa carrière sur France Inter avant de rejoindre TF1. Dès 1981, il présente le journal de 20 heures et devient l'un des journalistes vedettes français. Il intervient aujourd'hui régulièrement sur de gros événements pour TF1 comme le défilé du 14 juillet et les mariages royaux . Il est également conseiller du président de TF1.

LAURENCE TEINTURIER

Laurence Teinturier est depuis plus de 30 ans une reference dans l'industrie de la mode avec une forte spécialité dans la lingerie et le balnéaire. Elle a cofondé le salon CURVEexpo et a mis son savoir-faire au service de nombreux salons internationaux (CURVExpo, Lingerie Premiere Vision Paris, Premiere Vision New-York).

KETTY PUCCI-SISTI MAISONROUGE

Spécialiste de l'innovation du luxe, elle enseigne la stratégie du Luxe à la Columbia Business School, à IE Business School à Madrid, et à HKUST à HK. Elle a été la representante pour les US du Comité Colbert pendant 15 ans.

Elle est également la fondatrice et présidente de la Luxury Education Foundation.

Auteure de "The Luxury Alchemist" (ed. Assouline)

GÉRARD LAFFARGUE

Gérard Laffargue, aujourd'hui consultant dans le domaine du Retail et de la Distribution haut de gamme, expert dans la mode, a été en charge du marketing et des événements des Galeries Lafayette pendant de nombreuses années.

ADVISORY BOARD (EN COURS DE CONSTITUTION)

PAUL BENSABAT

Entrepreneur/ investisseur Franco-Américain vivant aux USA depuis plus de 40 ans. Président du Comité Amérique du Nord des Conseillers du Commerce Extérieur de la France. Chairman & CEO de Best of France, il a dédié une grande partie de sa vie à monter des opérations de haute visibilité sur le rayonnement de la France aux USA et d'amitié Franco-Américaine

ALEXANDRA DUBLANCHE

Madame Dublanche est Vice-Présidente de la Région Ile-de-France, en charge du développement économique.

MICHEL MANE

Michel Mane est le CEO de Mane USA, la branche américaine du leader français d'essence et parfums, fournisseur des plus grands groupes de cosmétique, et 6ème mondial sur ce marché.

DENIS JACQUET

Denis Jacquet est l'un des pionniers de l'apprentissage en ligne. Co-fondateur du Think and Do "l'Observatoire de l'Uberisation", il partage son expertise régulièrement dans les média lors de débats ou interviews.

DAVID PHUONG

Enfant de la génération Millennials, David a débuté sa carrière comme planneur stratégique au sein d'agences de publicité et media entre Paris et Londres. Indépendant depuis 6 ans, il conseille de grandes marques internationales sur les stratégies de business développement et orientations créatives grâce à l'analyse des tendances sociétales et technologiques.

FAHIMA SADAOUI- RAMOS

Fahima Sadaoui-Ramos est conseillère Amérique du Nord à la direction du développement international de la CCI Paris-Ile-de-France. Sa mission est d'accompagner les PME qui désirent exporter et se développer en Amérique du nord. Elle a plus de 15 ans d'experience dans l'accompagnement des entreprises françaises à l'étranger.

FRENCH TOUCH USA
EXPERIENTIAL MARKETING CONSULTING & PRODUCTION

Cliquer pour une vidéo de l'agence

CONÇU & PRODUIT PAR FRENCH TOUCH USA

Depuis plus de 26 ans, l'équipe de FRENCH TOUCH USA, agence événementielle et expérientielle internationale ayant organisé plus de 3.000 événements, est reconnue pour son expertise dans la création et production d'événements impactants. Spécialisée dans la promotion de l'Excellence Française et du meilleur de la « Marque France » aux États-Unis, l'agence a organisé des événements spectaculaires mettant en vedette l'excellence française, célébrant l'amitié et les relations professionnelles franco-américaines.

QUELQUES "SIGNATURE EVENTS"

FRENCH LINGERIE LOFT In New York : Présentation des plus grandes marques de Lingerie française au public américain *Cliquer pour vidéo*

BEST OF FRANCE À TIMES SQUARE, New York : + d'un demi-million de visiteurs en 2 jours. Présence du Président de la République et de nombreux officiels - *cliquer pour vidéo*

70ÈME ANNIVERSAIRE DU D-DAY : Un million de pétales de roses largués à partir de 3 hélicoptères sur la Statue de la Liberté - *cliquer pour vidéo*

CITÉ DU VIN : Lancement international de la Cité du Vin à l'ONU avec 70 ambassadeurs. Diner/Auction chez Sotheby's

Plus importante COMMÉMORATION DU 11 SEPTEMBRE dans le monde (en dehors de New York) :
Construction de Tours Jumelles à Paris (Parvis du Trocadéro) le 11 Septembre 2011 - *cliquer pour vidéo*

SAMBA SÉNAT, célébrant l'année du Brésil en France, à la demande du Sénat, Jardins du Luxembourg et Cour d'Honneur

NUIT DU CHAMPAGNE. Événements Premium dans différentes villes et lieux emblématiques aux USA, dont une soirée pré-Oscars à Los Angeles. Lancement officiel avec le groupe Moët Hennessy - *cliquer pour vidéo*

DERNIÈRE ECLIPSE SOLAIRE DU MILLÉNAIRE : 500 000+ spectateurs à Reims (une des dix meilleures audiences de l'année pour TF1), voyage exceptionnel à bord de l'Orient Express dédié à l'opération et "souper de midi" - *cliquer pour vidéo*

TRAIN DU DIAMANT, AVEC DE BEERS : Une collection de diamants de couleur uniques au monde présentée pendant 3 semaines et plus de 20 villes à bord de ce train itinérant

FRENCH FASHION WEEK
NEW YORK

FrenchFashionWeek.org

UN ÉVÉNEMENT CONÇU PAR

WWW.FRENCHTOUCHUSA.COM

CONTACTS

NEW YORK - FRENCH TOUCH USA

Sandrine Mehrez-Kukurudz
+1 (786) 427-9637
Sandrine@FrenchTouchUSA.com

Rod Kukurudz
+1 (305) 613-1250
Rod@FrenchTouchUSA.com

Alfredo Gangotena
+ 1 (914) 325-5788
Alfredo@FrenchTouchUSA.com

PARIS – FRENCH TOUCH USA

06.25.25.54.03