

SHOW ROOM FABRE

AGENCE COMMERCIALE DE MODE INTERNATIONALE

20, Rue du Louvre F-75001 Paris
contact@showroomfabre.com
www.showroomfabre.com

tel +33.(0)1.40 20 42 40
fax +33.(0)1.40 20 42 41

Le **Show Room Fabre** est situé en plein Coeur de Paris, dans le quartier de la mode, à proximité du Musée du Louvre à 2 pas de la place des Victoires et des Jardins du Palais Royal. Il dispose de 2 adresses très proches l'une de l'autre.

L'espace du 1er show room est situé rue du Louvre dans un immeuble ancien du 18e siècle. L'architecture intérieure de l'immeuble est du style Gustave Eiffel. Elle date du 18e siècle. Le lieu a servi de tremplin au tournage de nombreux films célèbres dont 'Belphégor' et plus 'récemment' Da Vinci Code.

L'espace du second show room est situé rue St Honoré dans un immeuble ancien. La Façade est très typique, elle est classée par les monuments historiques de la ville de Paris.

Le **Show Room Fabre** est une agence commerciale de mode internationale qui a collaboré avec importants groupes industriels (GFT, Staff International, Gruppo La Perla) et contribué en France au développement commercial de nombreuses marques célèbres (Valentino, Ungaro, Viviane Westwood, Voyage). Sa vocation principale est la recherche de produits créatifs, qui correspondent à la demande du marché.

Le show room maintient 4 personnes à l'année. Le marché est divisé par catégories : Boutiques Multimarkes – Grands Magasins. Territoire National et International.

L'équipe de vente travaille avec mailings et télémarketing. Elle possède une parfaite connaissance de la mode et maîtrise les langues : Français, Anglais, Italien, Russe.

Les acheteurs France/ Export se déplacent au show room à Paris et travaillent principalement avec la personne responsable de la région ou du pays. L'équipe de vente est très professionnelle. Elle assure toujours le suivi après- vente. Les collections sont présentées dans 3 spacieuses pièces communicantes. La sophistication des éclairages renforce le côté très personnel des lieux. Un espace défini est réservé à chaque collection. Un accueil chaleureux et convivial est réservé à la clientèle.

Les Salons.

L'élément supplémentaire de la stratégie du show room Fabre est sa participation dans les salons professionnels.

Il apporte aux marques qu'il représente un partage de services : la négociation avec les responsables des salon, le choix de l'emplacement, le personnel de vente.

Pour aider à promouvoir ces événements le show room peut intervenir auprès de graphistes pour réaliser la création de mailings avec un fort impact visuel, Le show room assure l'envoi de ces mailings auprès de 3.000 acheteurs France / Export.

La presse.

Le point fort du Show Room Fabre est sa connexion avec les principaux supports presse dans le domaine de la mode. Le show room Fabre aide à choisir le bureau de presse ou une agence spécialisée dans l'événementiel qui correspond au style de la marque.

SHOW ROOM FABRE

AGENCE COMMERCIALE DE MODE INTERNATIONALE

20, Rue du Louvre F-75001 Paris
contact@showroomfabre.com
www.showroomfabre.com

tel +33.(0)1.40 20 42 40
fax +33.(0)1.40 20 42 41



MIXTE MAGAZINE

20, Rue du Louvre F-75001 Paris
contact@showroomfabre.com
www.showroomfabre.com

tel +33.(0)1.40 20 42 40
fax +33.(0)1.40 20 42 41

mon univers...

Elle tire la substantifique moelle des podiums, **fait des choix glamour et craquants**, et convainc sans peine les boutiques. **Visite du showroom** qui fait la mode qu'on porte.

JANET FABRE



La question est de taille et perturbe chaque saison les fanatiques de mode : pourquoi telle robe ou tel manteau repéré dans les pages d'un magazine ou sur style.com est-il introuvable en magasin ? Parce qu'une collection de podium ne sera pas forcément déclinée en version commerciale. Derrière les lumières des défilés, les premiers rangs et les bulles de champagne, œuvrent des personnes de l'ombre comme Richard Fabre et sa femme Janet. Dans leur showroom, ils font l'intermédiaire entre une marque et la multitude de boutiques dans lesquelles nous faisons ensuite nos emplettes. Pour résumer : ce sont eux qui choisissent **COMMENT NOUS ALLONS NOUS HABILLER...**

Rue du Louvre, entre la célèbre agence Duluc et La Poste, au premier étage d'un bel immeuble, les pièces lumineuses de leur showroom présentent en période de vente les collections qu'ils ont choisies entre mille pour les proposer à leurs clients fidèles. Chaque univers est mis en scène pour donner une idée plus précise de la marque et de son contexte. Chaque salle déploie sa spécialité : chez Fabre, on est plutôt élégant, glamour, féminin. Un style personnalisé par Janet qui est en quelque sorte la vitrine du lieu. Son mari travaille depuis vingt ans dans la mode : il a implanté en France des marques comme Armani, Dolce & Gabbana ou Vivienne Westwood avant d'ouvrir ensuite sa propre maison. Au sortir d'une séance, il a proposé à Janet – mannequin à l'époque – de venir travailler avec lui. La belle blonde au léger accent russe était mannequin depuis l'âge de 14 ans, mais comme elle l'avoue elle-même : "Soit on devient Claudia Schiffer, soit c'est un métier assez difficile." Sa propre passion pour la mode et le vêtement s'exprime très tôt ; après chaque travail dans le cadre d'une maison, elle y restait un temps pour approfondir son savoir. "J'ai ça dans le sang, avoue-t-elle. Je peux travailler quatorze, seize heures par jour." Elle aime le contact avec les clients, le suivi des marques et des commandes, aller dénicher dans les boutiques du monde entier les tendances et les nouvelles marques qui feront la différence. Pour les convaincre ensuite qu'il est possible de s'implanter en France (pourtant réputée être le marché le plus difficile du monde) et ailleurs.

LES DERNIÈRES SUCCESS STORIES de Janet sont les jeans californiens J & Company, avec des nouvelles collections tous les trois mois qui séduisent les stars telle Paris Hilton, les cachemires Allude et leurs motifs streetwear, la marque anglaise Jenny Packham ou l'élégance contemporaine de Strenesse. Preuve que les temps changent : "Avant, on n'aurait jamais pensé à une marque allemande, mais ce pays fait preuve de sérieux et de rigueur." La volonté première de Janet, c'est avant tout "la fraîcheur". Proposer des choses qu'on ne trouvera pas ailleurs, le petit truc en plus, et ne jamais reprendre une marque qui a déjà été présentée par un autre showroom. Et des vêtements qu'elle aime et qui lui vont : "On est tellement plus crédible quand on défend des produits que l'on porte soi-même." **NATHALIE FRASER**



SHOW ROOM FABRE

AGENCE COMMERCIALE DE MODE INTERNATIONALE

20, Rue du Louvre F-75001 Paris
contact@showroomfabre.com
www.showroomfabre.com

tel +33.(0)1.40 20 42 40
fax +33.(0)1.40 20 42 41



L'OFFICIEL

20, Rue du Louvre F-75001 Paris
contact@showroomfabre.com
www.showroomfabre.com

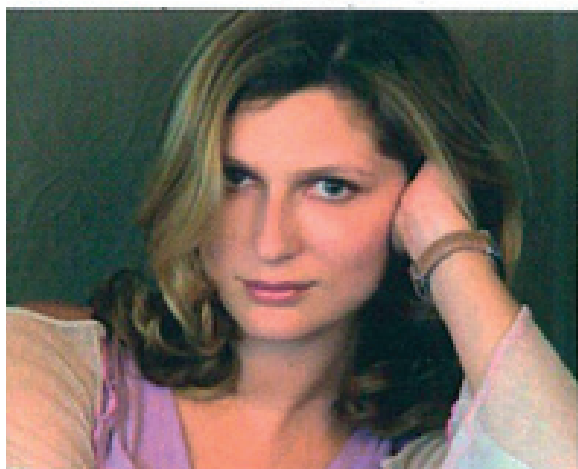
tel +33.(0)1.40 20 42 40
fax +33.(0)1.40 20 42 41

lemande des fonds qu'il ne possède pas. Plus légère, sa structure lui permet, depuis deux ans, de concentrer sa créativité sur les sacs. Chaque saison, sept modèles malins viennent enrichir la collection. Beaux et faciles à vivre, en cuir, satin, jersey, velours ou fourrure, bardés de poches, d'anses et de liens afin de s'adapter à chacune. À bout de bras ou glissées entre les doigts, ces créations rencontrent plus que jamais les envies de belles de mode. Ses sacs sont diffusés dans le monde entier.

du Printemps du luxe, 64 boulevard Haussmann, Paris 9^e.

Portrait

par Patrick Cabasset



{JANET FABRE, PROMOTION PASSION}

Loin des projecteurs et des podiums, les agents commerciaux organisent les ventes dans chaque pays. Leurs showrooms permettent aux acheteurs des magasins de découvrir les collections et de les commander. Intermédiaire de charme entre les marques et les boutiques, Janet Fabre est un agent de mode passionné. Avec son mari Richard, cet ex-mannequin polonais se passionne autant pour les créateurs anglais qu'italiens. Dans son nouvel espace, les boutiques françaises découvrent la légèreté ultracolorée des robes de cocktail signées Jenny Packham, la virtuosité des modèles de Gaetano Navarra, l'efficacité des coupes Strenesse, le luxe du prêt-à-porter La Perla, la créativité des maillots de bain brésiliens Rosa Cha, etc. Ambassadrice des marques plus que commerciale, Janet distille un charme qui donne envie de lui ressembler. Un argument de vente implacable !

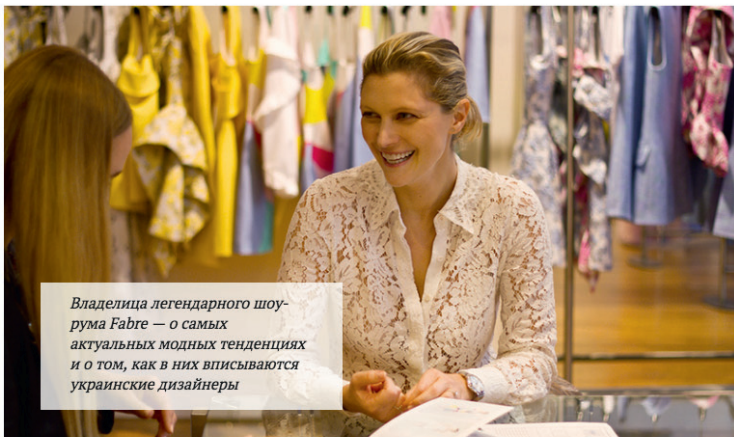
Fabre.richard@wanadoo.fr

Photos Serge Cohen, DR.

20, Rue du Louvre F-75001 Paris
contact@showroomfabre.com
www.showroomfabre.com

tel +33.(0)1.40 20 42 40
fax +33.(0)1.40 20 42 41

Жанет Фабр: «Коллекции украинских дизайнеров привлекают внимание топовых мировых байеров»



Владелица легендарного шоу-рума Fabre — о самых актуальных модных тенденциях и о том, как в них вписываются украинские дизайнеры

Фото: Julia Romanovskaya

ЮЛИЯ МОИЛОВА — 10 ОКТЯБРЯ 2016, 07:00

1598

Нравится 29 Поделиться G+ 1 Мне нравится 3 Твитнуть

Жанет Фабр — истинная парижанка, бизнес-леди, владелица легендарного шоу-рума Fabre, который был создан ею совместно с супругом Ришаром в столице Франции. Fabre давно завоевал безупречную репутацию у ведущих байеров Европы, Ближнего Востока, Китая, стран СНГ. Пространство находится в первом округе Парижа, недалеко от Лувра, Королевского дворца и сада Тюильри, всего в нескольких шагах от улицы Сент-Оноре. Специально для Forbes Woman в разгар парижской Недели моды Жанет рассказала о том, как модная индустрия сейчас реагирует на финансовый кризис, какие тенденции байеры считают актуальными, а также какие украинские бренды пользуются популярностью во Франции.

-Как сейчас меняется модный рынок? Какие наиболее значимые тенденции вы отмечаете в ритейле?

-Сейчас на модном рынке довольно сложная ситуация. С одной стороны — экономический кризис, с другой — все хотят чего-нибудь нового, уникального, интересного, но и одновременно очень качественного, по хорошей цене. Все модные байеры действуют очень осторожно. Они боятся рисковать в сложившейся ситуации. Но если уже заказывают новый бренд, то только если они влюбились в него с первого взгляда. В этом весь парадокс ситуации (улыбается).

-По вашему мнению, модные байеры сейчас будут делать «безопасные ставки» или же, наоборот, обратят внимание на талантливые новые лейблы?

-Конечно же, из-за того что сейчас намного сократились бюджеты, которые выделяются на закупки брендов, байеры очень осторожничают. Основную долю заказа сейчас составляют, как вы сказали, «безопасные ставки». Это правда. Стоит отметить, что на закупки новых неизвестных брендов деньги вообще очень редко выделяют. Но все-таки байер — личность творческая, он не может выбирать исключительно коммерческие вещи. Есть такое состояние, когда вещь настолько «цепляет», что уйти без нее байер уже не может. К тому же, очень многие светские персоны и клиенты мультибрендовых бутиков устали встречаться на вечеринках в одном и том же наряде. Они хотят чего-то более эксклюзивного.



КУРСЫ ВАЛЮТ ↓ ДОЛЛАР 25.9792 ↓ ЕВРО 28.5004

Реклама:



ПОПУЛЯРНОЕ В РАЗДЕЛЕ

Самое читаемое

Самое обсуждаемое

Ukrainian Fashion Week: самые интересные коллекции 39-го сезона 5789 просмотров

Реклама:



FORBES В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

