

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Pour diffusion immédiate

**POSITIONNEMENT STRATÉGIQUE DE LA 20^e SEMAINE DE MODE
DE MONTRÉAL**

Montréal, le 15 novembre 2010 — Le Groupe Sensation Mode est fière d'annoncer de nouvelles dates pour la SMM (Semaine de mode de Montréal) , soit du **7 au 10 février 2011**. Ce changement est en lien avec sa stratégie de développement et de positionnement de la Semaine de mode de Montréal comme plate-forme de premier plan au niveau national et international.

Ce changement du Groupe Sensation mode vise à favoriser l'essor des créateurs de mode et à renforcer la position de Montréal à titre de capital de mode. Cette position au calendrier émet un message clair à l'ensemble de l'industrie et augmente par le fait même les possibilités de rendement de nos entreprises, en devançant les cycles de production permettant ainsi aux ventes d'être maximisées puisque celles-ci sont amorcées dès le début de l'année. Ce positionnement, aura donc un impact économique indéniable.

De plus, l'impact sera manifeste sur les retombées médias des présentations puisque la plage proposée sera habitée que par la SMM, lui allouant ainsi toute l'attention dont elle mérite. Ces nouvelles dates ont été ciblées en tenant compte du calendrier mode international incluant les principaux Salons internationaux et les grandes Semaines de Mode. Ainsi, la SMM se déroulera à la suite des grands salons Européens et à la veille de la Semaine de mode de New York, livrant ainsi comme message : « Une escale sur le talent et la différence : Montréal, à une heure de vol de la Grosse Pomme. » Le Groupe Sensation Mode a la nette conviction que cette stratégie sera un levier supplémentaire pour augmenter notre compétitivité et notre notoriété sur les marchés national et international.

Cette initiative du Groupe Sensation Mode est un grand pas dans l'histoire de la mode au Canada. Ceci démontre également la progression phénoménale que la SMM a eu depuis 5 ans et confirme son pôle de leader. Nous sommes conscients que ce changement demande un ajustement important au sein du cycle des entreprises et qu'il entraînera certainement diverses conséquences, c'est pourquoi nous planifions ce changement de paire avec les créateurs ainsi que les divers intervenants impliqués afin d'assurer la transition sur une période d'un an. En collaboration avec l'ensemble du milieu nous sommes décidés à relever ce pari audacieux.

Il y a cinq ans, le Groupe Sensation Mode engageait la SMM dans un processus visant à optimiser son calendrier en regard des cycles événementiels internationaux. Chantal Durivage, coprésidente du Groupe Sensation Mode,

précise : « Nous avons tout d'abord sondé les créateurs ainsi que divers intervenants clé du milieu. La très grande majorité s'est ralliée à ce nouveau positionnement, qui assure un impact majeur sur l'ensemble des retombées liées à la SMM. » « Ce changement de dates est audacieux et favorisera la reconnaissance de Montréal, le rayonnement des créateurs et les exportations de nos produits. » d'ajouter Jean-François Daviau, coprésident

Ce changement a été réalisé en concertation avec les principaux intervenants du milieu soit le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation du Québec (MDEIE), le ministère des Affaires municipales, des Régions et de l'Occupation du territoire du Québec (MAMROT), le Bureau de la mode de Montréal ainsi que l'ensemble des créateurs et les principaux partenaires de la SMM, soit P&G Beauté et Soins, Rowenta, Rowenta Beauty, Centre Eaton de Montréal, Tourisme Montréal et de la Société de développement commercial SDC Vieux-Montréal.

C'est ainsi à l'unisson que tous ont souligné l'importance de cette nouvelle stratégie de développement. « La date change tout », confirme Marie Saint Pierre. « Les acheteurs, les médias ne seront pas en conflit d'horaires avec l'Europe, et nous pourrons tirer profit de notre proximité avec New York, c'est l'idéal! » Même s'ils devront mettre les bouchées doubles pour présenter leurs collections un mois plus tôt, les designers sont enthousiastes à l'idée de participer à ce changement à tout point de vue favorable pour leurs entreprises.

Notons également que les fournisseurs de matières premières ont également pris part à cette stratégie. En effet, notons entre autre la collaboration de la compagnie Télió dont le président de la division Tissus de Mode assure une collaboration maximale au sein des délais de livraison des tissus « Nous sommes prêts » confirme-t-il en soulignant la force de cette stratégie. L'enjeu est de taille, mais correspond à la maturité de la SMM, prête pour ce nouvel élan.

Février 2011 : les étoiles s'alignent, puisque c'est au cœur des célébrations de sa 20^e édition que la SMM affirmera son nouveau positionnement au sein du calendrier international une édition qui aura sans aucun doute un retentissement inégalé!

-30-

Source :

Sensation Mode

www.semainedemontreal.ca

www.sensationmode.com

Pour renseignements :

Sophie Des Marais

514-234-4736, sophie.dm@sympatico.ca

Josiane Bétit

514-831-0276, jbetit@videotron.ca