



TRANOÏ TOKYO

JAPAN FASHION WEEK ORGANIZATION - OFFICIAL TRADESHOW PARTNER

WED. 4 & THUR. 5 SEPT 2024
BELLESALLE SHIBUYA FIRST, TOKYO

CONTACT

SALES / EXHIBITORS / GENERAL INFORMATION : infotokyo@tranoi.com

FOR PRESS : info@sakaspr.jp

TRANOÏ TOKYO

ヨーロッパを代表する国際的な合同展示会〈TRANOÏ(トラノイ)〉が、〈TRANOÏ TOKYO(トラノイ・トーキョー)〉として日本に初上陸します。会期は、楽天ファッションウィーク東京25S/Sが開催される2024年9月4日(水)と5日(木)の2日間、ベルサール渋谷ファーストにて行われます。

1998年のローンチ以来、〈TRANOÏ〉は世界中のクリエイターをサポートし続けており、PARIS FASHION WEEK®が公式に認める唯一の合同展示会です。その歴史と伝統が育んだ審美眼によって選ばれた175ブランドが、〈TRANOÏ TOKYO〉に集結します。

出展ブランドは、日本国内の約50%、アジア・欧米・アフリカを拠点とするブランドが約50%で構成されており、半分がレディ・トゥ・ウェア、もう半分がアクセサリーやライフスタイルブランドです。この「若手デザイナーと既存ブランド」の融合による最先端のラインナップは、〈TRANOÏ〉が一貫して職人技の芸術性を高く評価し、独自の表現と発信を後押しする展示会であることを示しています。

さらに、東京をハブとする新たな〈TRANOÏ〉のプロジェクトは、各ブランドやバイヤー、リテラーにとって、欧米への第一歩を踏み出す場、アジア各国のバイヤーと出会う機会、あるいはアジア市場への参入の出发点として、情熱、創造性、スピードが共生するプラットフォームとして機能することを目指しています。

“TRANOÏ” an international trade show platform representing Europe, will land in Japan for the first time as “TRANOÏ TOKYO”. The event will be held at Bellesalle Shibuya First for two days, September 4th (Wednesday) and September 5th (Thursday), 2024, when Rakuten Fashion Week Tokyo 25S/S will be held.

Since its launch in 1998, TRANOÏ has continued to support creators around the world and is the only trade show that is explicitly endorsed and supported by the Fédération de la Haute Couture et de la Mode (FHCM), the organizing body behind Paris Fashion Week®. 175 brands selected based on the aesthetic sense nurtured by their history and tradition will be gathered at TRANOÏ TOKYO.

Approximately 50% of the exhibiting brands are from Japan, and 50% are from Asia, Europe, America, and Africa, with half of them being ready-to-wear brands and the other half being accessories and lifestyle brands. This cutting-edge lineup of “young designers and established brands” shows that TRANOÏ is an exhibition that consistently highly values the artistry of craftsmanship and supports unique expression and communication.

Furthermore, the new TRANOÏ project, with Tokyo as its hub, will offer a place for brands, buyers, and retailers to take their first step toward Europe and America, an opportunity to meet buyers from Asian countries, or a starting point for entering the Asian market. We aim to serve as a platform where passion, creativity and speed coexist.

〈TRANOÏ〉のジェネラルマネージャーであるボリス・プロヴォスト(BORIS PROVOST)の指揮のもと、ブルミエール・ヴィジョン・ジャパン株式会社が主催する〈TRANOÏ TOKYO〉は、一般社団法人日本ファッション・ウィーク推進機構(JFW)、CANEX Africa (Creative Africa Nexus)らとの豊かなパートナーシップのもとで開催されます。〈TRIPPY ART(トリッピーアート)〉とのエキсклюзивなコラボレーションによるオリジナルTシャツにもご注目ください。

Under the leadership of Boris Provost, the General Manager of TRANOÏ, TRANOÏ TOKYO, organized by Première Vision Japan Co., Ltd., will be held in collaboration with the Japan Fashion Week Organization (JFW), CANEX Africa (Creative Africa Nexus), and other partners. Be sure to check out the exclusive collaboration with TRIPPY ART, which features original T-shirts.

Date	Wednesday 4th/Thursday 5th September 2024
Time	10:00 - 19:00
Address	B1 2-20 Higashi Shibuya-ku TOKYO
Venue	BELLESALLE SHIBUYA FIRST

GET YOUR PASS
<https://www.tranoi.com/e/tokyo/ja/registration/registration>

NEXT
DATES

TRANOÏ WOMEN 25SS THUR. 26 – SUN. 29 SEPT 2024
TRANOÏ TOKYO 25FW TUE. 18 & WED.19 MAR 2025

INTERVIEWS

BORIS PROVOST

ボリス・プロヴォ

TRANOÏ GENERAL MANAGER

構想はいつから？

私たちはこの計画を1年半にわたって準備してきました。〈TRANOÏ〉の地理的拡大は、東京が大都市であり、国際的かつ観光地としての地位を確立していることに関連しています。多くのブランドや百貨店が集まるファッションの主要都市であり、コンセプトストアやマルチブランド店舗が活発に展開される特異な流通ネットワークを持っています。特筆すべきは、東京が若いデザイナーにとって世界のファッションシーンへ進出する足掛かりとなる都市であることです。私たちは、アジアで最も重要なファッショントレードショーとして位置づけられることを目指しており、アジア全体で大きな話題を呼ぶ素晴らしいエディションを楽しみにしています。

なぜ東京なのか？

私たちは、日本で〈TRANOÏ〉のコンセプトを展開することに大きな意義を感じています。目標は、アジア市場内で最速で国際的なトレードショーとしての地位を確立することです。「ビジネスフランス」によると、日本はアジアで最も裕福な地域であり、世界で3番目の経済大国です。中流階級の購買力が強く、毎シーズン〈TRANOÏ〉には多くの日本人出展者やバイヤーが参加しています。JFWとの連携により、〈TRANOÏ TOKYO〉とファッションウィークを利便性高く行き来できる点も特徴です。

ラインナップは？

〈TRANOÏ〉は常に、優れた職人技、ブランドアイデンティティ、そして創造的なビジョンを持つデザイナーを厳選してきました。初回のエディションでは、〈TRANOÏ〉の厳格な基準を満たす、最先端の日本および国際的なデザイナーが紹介され、国際的に一貫性のあるショーを展開する予定です。

Profile

パリのナイトライフやファッション業界で広報担当として長年活動した後、彼は13年以上にわたり展示会主催者WSNの経営チームに所属していた。2003年にWSNに入社し、Who's Nextのマーケティングおよびコミュニケーションディレクターを務め、その後、経営委員会のメンバーとしてブランド戦略と国際開発のディレクターを2016年まで担当した。

その後、彼はもう一つの主要な展示会主催者であるReed Exhibitions Franceに加わり、3年間にわたりホテル・外食産業向けのB2BイベントであるEquip'Hotelを担当していた。2019年初めには、Reedのホスピタリティ&フード部門の責任者に任命され、同年にはTRANOÏのCEOとして再びファッション業界に戻った。

2020年7月31日、TRANOÏはGLイベントグループのファッション部門にPremière Visionと共に統合された。



How long have you been envisioning TRANOÏ TOKYO?

We have been planning and preparing this project for a year and a half. The geographical expansion of TRANOÏ is related to the international and tourist status of Japan as a metropolis. Tokyo is a major fashion city with many brands and department stores. In retail, it has a very active distribution network of concept stores and multi-brand outlets. Notably, Tokyo is also a stepping stone for emerging designers to break into the global fashion scene, thanks to our work with JFW, which allows for a circular route between TRANOÏ TOKYO and the Fashion Week audience. We are determined to position ourselves as the most important fashion trade show in Asia and look forward to a great edition that will generate a huge buzz across Asia.

Why Tokyo?

We are delighted to develop the TRANOÏ concept in Japan. The goal is to establish itself as the most dynamic international trade show within the Asian market. According to Business France, Japan is the richest region in Asia and the third largest economy in the world. The purchasing power of the middle class is strong, and many Japanese exhibitors and buyers attend TRANOÏ each season.

What is the first edition's line-up?

TRANOÏ always carefully selects designers who embody strong craftsmanship, brand identity and creative vision. The inaugural edition will showcase cutting-edge Japanese and international designers who reflect the rigorous criteria of TRANOÏ, making the show global and consistent.

Profile

After working many years as press officer in the Parisian night-life and fashion sector, he was a member of the executive team of show organiser WSN for over 13 years. He joined WSN in 2003 as marketing and communication director of Who's Next, and later became a member of the executive committee, taking on the role of director of brand strategy and international development until 2016.

Provost then joined the ranks of another leading show organiser, ReedExhibitions France, where he was in charge for three years of Equip'Hotel, a hotel and catering industry B2B event. At the start of 2019, he was put in charge of Reed's Hospitality & Food division. In 2019, he was back in the world of fashion as the CEO of Tranoi.

On July 31st 2020, Tranoi has integrated the fashion division of the GL events Group, alongside Première Vision.



About **CANEX** Partnership

CANEX Africa (Creative Africa Nexus) は、アフリカ輸出入銀行 (Afreximbank) が主導する、アフリカのクリエイティブ産業を支援・促進するプロジェクトです。このプロジェクトは、会議や展示会を通じて、さまざまなクリエイティブ経済セクターの主要な関係者を結集し、協力、投資、そして成長を強かに推進することを目指しています。

パリの〈TRANOÏ〉では、今年3月に4度目のコラボレーションを成功させ、約20名のクリエイターが参加しました。〈TRANOÏ〉は、ファッションだけでなく、音楽やアート、そしてクリエイターのルーツやアイデンティティを世界に広める重要なプラットフォームとして、強い影響力を持ち続けています。そして、初開催の〈TRANOÏ TOKYO〉では、継続的なパートナーシップのもとアフリカ各国から10のブランドが出展し、既存のステレオタイプを打ち破り、グローバルなモード界での躍進が期待されるクリエイティブ性を発信します。



SHEKUDO

BRANDLIST

ADELE DEJAK [KENYA]

SHEKUDO [NIGERIA]

DINA SHAKER [EGYPT]

KATUSH [KENYA]

EMMY KASBIT [NIGERIA]

ANISA AIDA... [TUNISIA]

THE CLOTH [TRINIDAD AND TOBAGO]

VANHU VAMWE [ZIMBABWE]

JUDY SANDERSON [SOUTH AFRICA]

FOZIA ENDRIAS [ETHIOPIA]



ADELE DEJAK

CANEX Africa (Creative Africa Nexus) is a project led by the African Export-Import Bank (Afreximbank) to support and promote Africa's creative industries. Through conferences and exhibitions, the project aims to bring together key actors from different sectors of the creative economy and strongly promote cooperation, investment and growth. TRANOÏ in Paris successfully held its fourth collaboration in March of this year, with approximately 20 creators participating. TRANOÏ continues to have a strong influence as an important platform for disseminating not only fashion, but also music, art, and the roots and identities of creators to the world. At the inaugural TRANOÏ TOKYO, 10 brands from African countries will be exhibiting in an ongoing partnership, breaking down existing stereotypes and transmitting creativity that is expected to make a breakthrough in the global fashion world. I will.



ANISSA AIDA



About JFW Partnership

JAPAN FASHION WEEK ORGANIZATION は、日本および国際的なファッションの発展と影響力を支えるためのシナジーを生み出す組織です。このパートナーシップは、東京で行われる国際的なファッションイベントの開催を通じて、エコシステム全体のさまざまな関係者とのつながりを強化することが目的とされています。

The aim of this association is to develop synergies to support the development and influence of Japanese and international design. This partnership will also strengthen links between the various players in the whole ecosystem, by creating a global fashion event in Tokyo.



About ESMOD Partnership

ESMOD TOKYOとのエクスクルーシブなパートナーシップによって、次世代のクリエイターを紹介し、ファッション業界のプロフェッショナルに向けてコレクションを発表する機会を提供します。

Exclusive partnership with ESMOD Tokyo to showcase the "next generation" and provide experience for the award-winning students to present their collections to fashion professionals.

INTERVIEWS YUUKI OGURA TRANOÏ TOKYO MANAGER

〈TRANOÏ TOKYO〉のバリューは？

〈TRANOÏ TOKYO〉は、エキシビターとビジター双方にとって次のステップに繋がる出会いの場となることでしょう。私たちは、そのためにバイヤーリレーションやPR、通訳のプロフェッショナルを招き、ユニークなチームを編成しました。プレス、バイヤー、関係者がブランドを深く理解するためのアテンドサービスにも注力し、エキシビターの皆様がリラックスしてイベントに臨めるよう、モーニングサービスやカクテルサービスも提供します。こうして〈TRANOÏ〉の世界観をより一体感のある形で体感していただけます。

ユニークなところは？

〈TRANOÏ〉は、外部のプロフェッショナルやファッションコミュニティとの協業に積極的に取り組んでおり、〈TRANOÏ〉の歴史とポジションを基盤に、豊かなリレーションシップを通じて進化を続けています。さまざまなコミュニティが〈TRANOÏ〉を中心に集まり、その結果、私たちが提供するコミュニティは非常にユニークであると自負しています。

未来は？

〈TRANOÏ TOKYO〉を通じて、東京がアジアのファッションハブとなることを目指しています。パリが世界の中心であるように、東京はアジアの中心となり、日本だけでなくアジアのブランドや、アジア市場に進出したい欧米ブランドが集まる、これまでにない新たな場を提供したいと考えています。

What are the values of TRANOÏ TOKYO?

TRANOÏ TOKYO is a meeting point for both exhibitors and visitors. To this end, as organisers, we have assembled a unique team of experts in buyer relations, PR, and interpretation to provide the best possible support, and we will also focus on providing an attendant service to help the press, buyers and other interested parties get to know the brand. We will also offer a morning service and cocktail service so that exhibition visitors can relax and enjoy the event, and experience a more integrated view of the TRANOÏ world.

What is unique about TRANOÏ?

TRANOÏ is committed to working with external professionals and the fashion community, building on TRANOÏ's history and position and continuing to evolve through rich relationships. With each community adding to the TRANOÏ axis, we are convinced that the community we can offer is truly unique.

What does the future hold?

Tokyo will become the fashion hub of Asia. We hope that Tokyo will become the centre of Asia, just as Paris is the centre of the world, and that through TRANOÏ TOKYO, it will become an unprecedented meeting place for not only Japanese brands, but also Asian brands, as well as Western brands that want to expand their presence in Asia.



INTRODUCING MARYLIN FITOUSSI

TRANOÏ TOKYO FASHION EDITOR

〈TRANOÏ〉は、2020年を起点に多様なファッションネットワークを内包する方向性を探求し、異なるジャンルのプロフェッショナルを招くことがイベントの魅力を増強させる重要な要素であると考えてきました。伝統に基づきながら、よりクリエイティビティに敬意を示し、多様な才能が集う、インクルーシブなトレードショーを実現していきます。

フランス出身の衣装デザイナー兼スタイリスト、Marylin Fitoussi (マリリン・フィットゥシ) を、〈TRANOÏ TOKYO〉のゲストアンバサダーとして招き、キービジュアルのクリエイティブディレクションを担当します。

南フランスのトゥールーズで育ち、裁縫師の母と服収集の祖母の影響で幼少期からファッションに魅了された彼女は、バリのエコール・デュール・ヴルで美術史を学び、伝説的な衣装レンタル会社でキャリアをスタートさせました。彼女の転機は、バリの有名ナイトクラブ、レ・バン・ドゥーシュでの経験です。ここで出会った人々や著名な衣装デザイナーとの交流が、彼女の成長を促しました。現在、彼女は『エミリー、パリへ行く』の衣装デザイナーとしても知られ、ヴィンテージクチュールに対する深い理解と愛情を持って、自由な創作活動を展開しています。

〈TRANOÏ〉は、マリリンの卓越したキャリアとファッションへの深い愛情が、トレードショーのビジョンと一致することから、彼女をアンバサダーとして迎え入れました。彼女のビジョンを〈TRANOÏ〉を通じて発信することで、ファッション業界に新たなインスピレーションを提供し、多様な文化とクリエイティビティが交差する場を創出します。

Starting in 2020, TRANOÏ has explored the direction of incorporating a diverse fashion network, and has believed that inviting professionals from different genres is an important element to expand the appeal of the event. We aim to create an inclusive trade show that is based on tradition, respects creativity, and brings together diverse talent.

French costume designer and stylist Marylin Fitoussi will be invited as a guest ambassador for TRANOÏ TOKYO and will be in charge of the creative direction of the key visual

Raised in Toulouse in the south of France, she was fascinated by fashion from an early age under the influence of her mother, a seamstress, and grandmother, who collected clothes. She studied art history at the École du Louvre in Paris, and worked at a legendary costume rental company. She began her career. Her turning point was an experience at Les Bains Douches, a famous nightclub in Paris. The people she met here and her interactions with famous costume designers helped her grow. Currently, she is known as the costume designer for "Emily in Paris," and uses her deep understanding and love for vintage couture to develop free creative activities.

TRANOÏ welcomed Marilyn as an ambassador because her distinguished career and deep love of fashion align with our vision for the trade show. By transmitting her vision through TRANOÏ, she will provide new inspiration to the fashion industry and create a place where diverse cultures and creativity intersect..

INVITED BRAND



Paris, France

HIZUME

ヒヅメ

パリを拠点に活動する日爪ノブキによって2019年にスタートした帽子ブランド。フランスで体得した伝統的な技法と、それらが日爪自身のアイデンティティやビジョンと交流し、再解釈されることで生まれる独創的なピースが特徴。日爪は、2004年、文化服装学院を主席で卒業した後、渡伊。日本政府による新進芸術家海外研修制度により選出され、渡仏。数多くのパリのオートクチュールメゾンの帽子制作を担当し、2019年5月、日本人の帽子職人として初めて、フランス政府より類まれな職人に送られる称号である「MEILLEUR OUVRIER DE FRANCE(フランス国家最優秀職人章)」を受賞した。

A hat brand started in 2019 by Nobuki Hizume, who is based in Paris. His works are characterized by original pieces that are created by combining the traditional techniques he learned in France with Hitsume's own identity and vision, and reinterpreting them. After graduating from Bunka Fashion College at the top of his class in 2004, Hizume moved to Italy. Selected by the Japanese government's Overseas Training Program for Emerging Artists and traveled to France. In May 2019, he became the first Japanese milliner to be awarded the MEILLEUR OUVRIER DE FRANCE (French National Best Award), a title given to exceptional craftsmen by the French government. Awarded the craftsman badge.

DESIGNER'S COMMENT

「フランスで活躍する日本人帽子デザイナーとして招待されたことを、とても光栄に思います。母国での初めての発表の場となるため、日本・アジアを中心に多くの方々に作品をご覧いただけるこの機会が今から楽しみです」

I am very honored to have been invited as a Japanese hat designer active in France. As this will be my first presentation in my home country, this is an opportunity for many people, especially from Japan and Asia, to see my work. I'm already looking forward to it.

Lille, France

Q de bouteille_キュ・ドウ・ブテイユ

2016年にフランスのリールで設立されたQ de Bouteillesは、リサイクル素材を使用した装飾品やテーブルウェアをデザイン・製造しています。廃棄物ゼロを目指し、フランスのワインボトルを素材にしたプロダクトを通じて、歴史と自然環境への敬意を表現しています。「リサイクル素材から未来のクラシックを創造するのが私たちの使命です」

Founded in 2016 in Lille, France, Q de Bouteilles designs and manufactures decorative items and tableware made from recycled materials. Aiming for zero waste, we express respect for history and the natural environment through products made from French wine bottles. "Our mission is to create future classics from recycled materials."

DESIGNER'S COMMENT

「〈TRANOÏ TOKYO〉への参加は、私たちのブランドにとって大きな意義があります。フランスの生活の美学を体現した製品を紹介することで、より広い観客にリサイクルの重要性とその美しさを伝えたいと考えています。デザインの機能性と美しさを両立させ、持続可能な未来に向けた道筋を示すことが私たちの目標です」

Participating in TRANOÏ TOKYO is of great significance for our brand. By introducing products that embody the aesthetics of French living, we want to convey to a wider audience the importance and beauty of recycling. Our goal is to balance functionality and beauty in design and chart the path towards a sustainable future.



Tokyo, Japan

shinyaseki_シンヤセキ

「目に見えないものにこそ価値がある」をコンセプトに「経年美化」を追求するエイジレスブランドで、日本の伝統技法と天然素材を活かした独自のスタイルを展開しています。2017年からフランスで新作コレクションを発表し、イスラエル、ギリシャ、アメリカなど各国で販売を行い、国内外で日本の美を発信しています。

An ageless brand that pursues "beautification over time" based on the concept of "the invisible things have value," and develops a unique style that utilizes traditional Japanese techniques and natural materials. Since 2017, we have been releasing new collections in France and selling them in countries such as Israel, Greece, and the United States, promoting the beauty of Japan both domestically and internationally.

DESIGNER'S COMMENT

「国内バイヤーとの新たな出会いの場として非常に重要です。日本の伝統技法を用いた私たちの作品が、どのように国際市場で評価されるかを見ていただく良い機会だと思っています。〈TRANOÏ TOKYO〉を通じ、新しい発見を通して、日本の物作りの価値を再認識していただけることを期待しています」

It's very important as a new meeting place with domestic buyers. I think it's a good opportunity for people to see how our works using traditional Japanese techniques are evaluated in the international market. We hope that through TRANOÏ TOKYO, you will rediscover the value of Japanese manufacturing through new discoveries.

Tokyo, Japan

TRIPPY ART_トリッピーアート

TRIPPY ARTは、ファッションデザイナーと現代アート作家としての活動を続けるMIKIO SUZUKIによって新しく立ち上げられたデイリーウェアブランド。MAXSIXで人気の3D Tシャツからスピンアウトした。特殊な技法と多彩なグラフィックアートを駆使し、服を着る新鮮な喜びや驚きを提供していく。〈TRANOÏ TOKYO〉初開催を記念し、ブランドの代名詞である3D印刷でメインビジュアルをプリントしたコラボTシャツを作成。カットソーとオーガンを重ねることでより立体的に仕上げている。

TRIPPYART is a new daily wear brand launched by MIKIO SUZUKI, who continues to work as a fashion designer and contemporary artist. Spun out from MAXSIX's popular 3D T-shirt. By making full use of special techniques and a variety of graphic arts, we provide fresh joy and surprise when wearing clothes. To commemorate the first TRANOÏ Tokyo event, a collaboration T-shirt was created featuring the main visual printed using the brand's signature 3D printing technique. By layering a cut-and-sewn fabric with organza, a more three-dimensional finish was achieved.

DESIGNER'S COMMENT

「私たちの新しいブランドTRIPPY ARTを知ってもらうことが〈TRANOÏ TOKYO〉に参加する最大の目的です。特に、海外の取引先を増やすことに力を入れており、また、海外を拠点とするブランド、コラボレーターと繋がる機会にもなることを期待しています」

The main purpose of joining <TRANOÏ TOKYO> is to get people to know about our new brand TRIPPY ART. In particular, we are focusing on increasing overseas business partners, and we are also focusing on increasing the number of overseas business partners. We hope that this will also be an opportunity to connect with collaborators.



