

Shopping **ZEN**



*Crèmes relaxantes,
fragrances apaisantes,
soins sensoriels,
entrez dans un monde
de bien-être.*

PARTICIPATION EKJO

Salon de créateurs à New York mi-septembre,

Salons du prêt-à-porter à la porte de Versailles, fin septembre et début octobre dans le jardin des Tuileries.

Défilé de la collection Ekjo à Paris début octobre.



ments. Avec l'amour de mon métier et un peu de concentration, j'arrive à anticiper. *Expliquez-nous ce que sous-entend l'esprit « nature » de votre tendance ?*

C'est la manière dont vous envisagez la vie. Si vous avez l'esprit de la nature et que vous parvenez à le transmettre avec des choses simples et des couleurs naturelles aux multiples variations, les personnes qui porteront vos tenues seront heureuses... La nature incite au rêve, au voyage aussi. Certaines clientes ressentent cela par l'association des trames et des harmonies. Quand vous portez mes vêtements, vous vous sentez bien et la beauté de la nature profonde de votre individu ressort. C'est pour cela qu'il ne faut pas hésiter à essayer chez moi (*rites*) jusqu'à temps que vous trouviez le vêtement qui vous plaira. Certaines femmes sont étonnées de trouver une tenue qu'elles n'auraient pas été chercher de prime abord. Cependant, il se trouve qu'un élément: texture, tissu, etc., les attire. Elles essaient et puis apprécient. Le vêtement finalement leur plaît car il répond à un des critères de leur féminité.

Certaines ont-elles changé leur style de vêtement ?

Oui, au profit des couleurs notamment. De ce fait, elles sont plus gaies. Elles peuvent être aussi plus séduisantes si elles ont envie d'être plus sensuelles. Il faut que la femme ait envie d'être ce qu'elle demande au vêtement de lui apporter... et la tenue correspondra à la sensualité à laquelle elle aspire. Un habillement très voyant ne fera pas ressortir systématiquement la beauté réelle et intérieure de la femme. Si cette femme n'est pas bien dans son vêtement de couleur vive, sa beauté ne pourra pas s'épanouir.

Et nous arrivons à la raison du deuxième fondement de votre marque: l'humanisme ?