

# Linea Intima

NETWORK  
Dessous



ISSN 1120-3390 (print) / ISSN 1120-3391 (online)  
CZ 7400 F € 11,50 IT  
CZ 7400 K 14,90 HK  
CZ 7400 L 11,50 PL  
CZ 7400 M 11,50 PT  
CZ 7400 N 11,50 RO  
CZ 7400 O 11,50 RU  
CZ 7400 P 11,50 SK  
CZ 7400 Q 11,50 SI  
CZ 7400 R 11,50 TR  
CZ 7400 S 11,50 UA  
CZ 7400 T 11,50 UK  
CZ 7400 U 11,50 US  
CZ 7400 V 11,50 VE  
CZ 7400 W 11,50 ZA  
CZ 7400 X 11,50 AR  
CZ 7400 Y 11,50 BR  
CZ 7400 Z 11,50 CA  
CZ 7400 AA 11,50 CL  
CZ 7400 AB 11,50 CO  
CZ 7400 AC 11,50 CR  
CZ 7400 AD 11,50 CY  
CZ 7400 AE 11,50 DK  
CZ 7400 AF 11,50 EG  
CZ 7400 AG 11,50 FR  
CZ 7400 AH 11,50 GR  
CZ 7400 AI 11,50 HK  
CZ 7400 AJ 11,50 HU  
CZ 7400 AK 11,50 IN  
CZ 7400 AL 11,50 IS  
CZ 7400 AM 11,50 JP  
CZ 7400 AN 11,50 KR  
CZ 7400 AO 11,50 LV  
CZ 7400 AP 11,50 LT  
CZ 7400 AQ 11,50 LU  
CZ 7400 AR 11,50 NL  
CZ 7400 AS 11,50 NZ  
CZ 7400 AT 11,50 NO  
CZ 7400 AU 11,50 PL  
CZ 7400 AV 11,50 PT  
CZ 7400 AW 11,50 RO  
CZ 7400 AX 11,50 RU  
CZ 7400 AY 11,50 SE  
CZ 7400 AZ 11,50 SG  
CZ 7400 BA 11,50 SI  
CZ 7400 BB 11,50 SK  
CZ 7400 BC 11,50 SL  
CZ 7400 BD 11,50 SN  
CZ 7400 BE 11,50 SV  
CZ 7400 BF 11,50 TH  
CZ 7400 BG 11,50 TR  
CZ 7400 BH 11,50 TW  
CZ 7400 BI 11,50 UA  
CZ 7400 BJ 11,50 UK  
CZ 7400 BK 11,50 US  
CZ 7400 BL 11,50 VE  
CZ 7400 BM 11,50 VI  
CZ 7400 BN 11,50 VN  
CZ 7400 BO 11,50 ZA  
CZ 7400 BP 11,50 ZW

# Visto su Linea Intima

Linea Intima

**Moda**  
PRIMO E LA LINGERIE  
DELLA P/E 2011  
I TREND, LE NOVITÀ,  
LE COLLEZIONI,  
I MUST DA NON PERDERE

menti  
il concept  
le nuove aperture  
internazionali

**Trendsetters**  
Mercato, Prodotti, Saloni  
i Top Retailers  
fanno il punto

**PRIMO PIANO**  
ANGELO MARANI, LA COLLEZIONE MARE  
LA PERLA, BACK TO THE FUTURE  
ILUNA PLAYS GLOBAL  
EUSEBIO, I NUOVI SVILUPPI  
NEGOZI, TREND PER IL SUCCESSO  
MOSTRE, PARIGI HISTOIRE DE LA MODE

VERDE VERONICA®

# Since 1957 the italian leading lingerie and swimwear magazine

[www.networkdessous.com](http://www.networkdessous.com)

# IL NUOVO *Shapewear*

Lo Shapewear, quella famiglia di prodotti modellanti di nuova generazione, confortevoli e pratici, capaci di aiutare le donne ad ottenere una linea ideale, stanno per conoscere un anno di grande notorietà in una nuova accezione fashion e seduzione. Scoprite questo trend in anteprima...



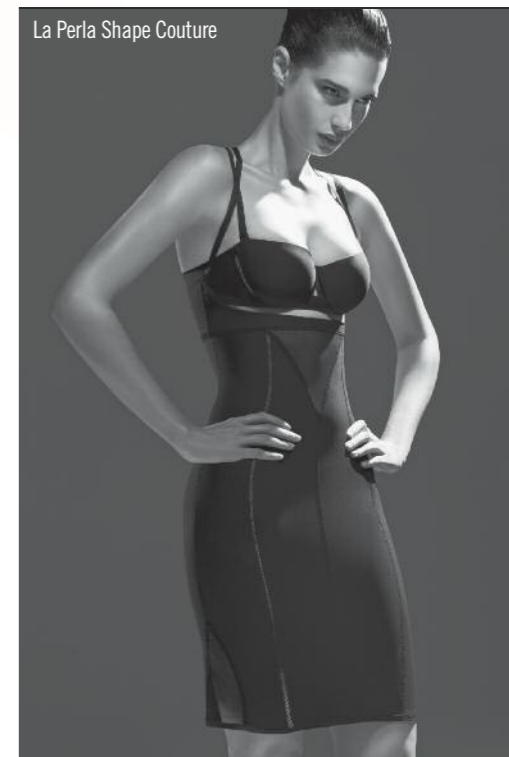
Triumph  
Lace Sensation

**L** In attesa dei numeri di gennaio 2011, sui quali il Gruppo Network Dessois presenterà una vasta inchiesta Network a livello internazionale su questa novità di fondo del mercato, cominciamo su questo numero ad anticipare alcuni elementi chiave per comprendere meglio questo nuovo trend e questo nuovo segmento di prodotti.

Secondo un'importante ricerca sviluppata da Triumph a livello internazionale sui mercati più evoluti, le donne evidenziano un desiderio di piacere e di mostrarsi molto alto e, in tutti i paesi, benché con ovvie differenze, la consumatrice dedica un'attenzione meticolosa alla cura del corpo. Ciò che di importante emerge dalla ricerca nella panoramica euro-asiatica che monitora il rapporto della donna e il suo aspetto e le sue attese per un reggiseno ideale, non sono solo le attitudini specifiche per ogni paese ma anche, in modo evidente, l'insieme di esigenze che indicano il nuovo ruolo che un capo di lingerie deve avere. Emerge un quadro globale in cui gli elementi di tecnicità e funzione convergono verso concetti di bellezza, fascino, femminilità e immagine molto più evidenti di una volta e dove la corsetteria gioca, e può giocare, un ruolo molto più importante. Se questo fenomeno è in alcuni paesi (ad esempio gli USA) un elemento già acquisito da anni, e quindi integrato nelle politiche di sviluppo delle collezioni dei marchi, ed è un cavallo di battaglia di molti negozi da tempo, in Europa -come in Asia- è un elemento nuovo dell'equazione del potenziale successo dei marchi e dei negozi, un elemento quindi che non potrà essere sottovalutato nel prossimo futuro. Se a questo si aggiunge che per l'Europa l'attesa della consumatrice è anche per prodotti sostanzialmente più modali, il campo d'azione si amplia e diviene una vera sfida dalle grandi opportunità commerciali per brand e commercianti.

## Una nuova corsetteria

Possiamo parlare di una nuova corsetteria, che da modellante diventa più propriamente Shaping... Cosa vuol dire? In una nuova accezione tra performance e fashion la corsetteria modellante allarga i suoi orizzonti e assume una sua identità moderna. Liberandosi della vecchia immagine di prodotto puramente contenitivo e ingombrante, e aiutata in questo dai nuovi materiali, nuovi tessuti e complementi tessili di ultima generazione, più morbidi e performanti, più facili da usare e da trattare, diventa un prodotto davvero innovativo, tecnico e fashion al tempo stesso. Questo nuovi prodotti fanno della loro specificità un elemento di valore che li differenzia e li rende unici nel rispondere alle nuove attese della consumatrice. Così, con una storia prevalentemente anonima, senza velleità moda e noti fino a oggi per lo più sui mercati del nord Europa ed americano, arrivano anche in Italia conquistando l'attenzione dei grandi marchi e dei migliori negozi; arrivano con una nuova anima ed ovviamente un nuovo nome più consono alle loro nuove e moderne potenzialità: "Shapewear". Il nome porta con sé tante nuove caratteristiche che connotano il



La Perla Shape Couture

**... MODELLARE, CONTENERE,  
SNELLIRE, SCOLPIRE,  
VALORIZZARE... UN NUOVO  
COMPLICE DI BELLEZZA,  
UN ALLEATO DISCRETO DELLA  
SILHOUETTE FEMMINILE...**

segmento in chiave moderna e anche “di moda”, con – in più – un’accezione forte: quella di una famiglia di prodotti che non è arrivata sul mercato per rimanerci poco tempo.

## L'Italia più attenta e naturalmente “glam”

Soprattutto in Italia -sottolinea la ricerca Gfk per Triumph -, la percezione femminile dell'esteriorità influisce in modo significativo sulle motivazioni di scelta dell'intimo: mentre in tutti gli altri mercati i driver più importanti sono le abitudini o le consuetudini sociali, l'Italia è l'unico paese in cui l'estetica e la valorizzazione delle forme sono -oltre alla libertà di movimento, al fascino e alla femminilità- fattori molto rilevanti quando si indossa un reggiseno. I dati innescano interessanti spunti di riflessione. Essere “naturalmente belle” oggi è molto di moda, e se si assiste ad un calo degli interventi di chirurgia estetica, non si rinuncia invece agli accorgimenti che esaltano fascino e femminilità. In quest'ottica è cruciale il giusto intimo: confortevole, invisibile, e se possibile in grado di snellire la figura e correggere i “punti critici”, valorizzando la silhouette anche sotto gli abiti aderenti. Ecco dunque i prodotti body shaping che diventano un alleato anche per giovani donne taglia 42, che sotto il tubino o i pantaloni “slim” a vita alta, vogliono una linea impeccabile che non tradisca il minimo difetto o, in qualche caso, riuscire a entrare di nuovo nel jeans preferito...

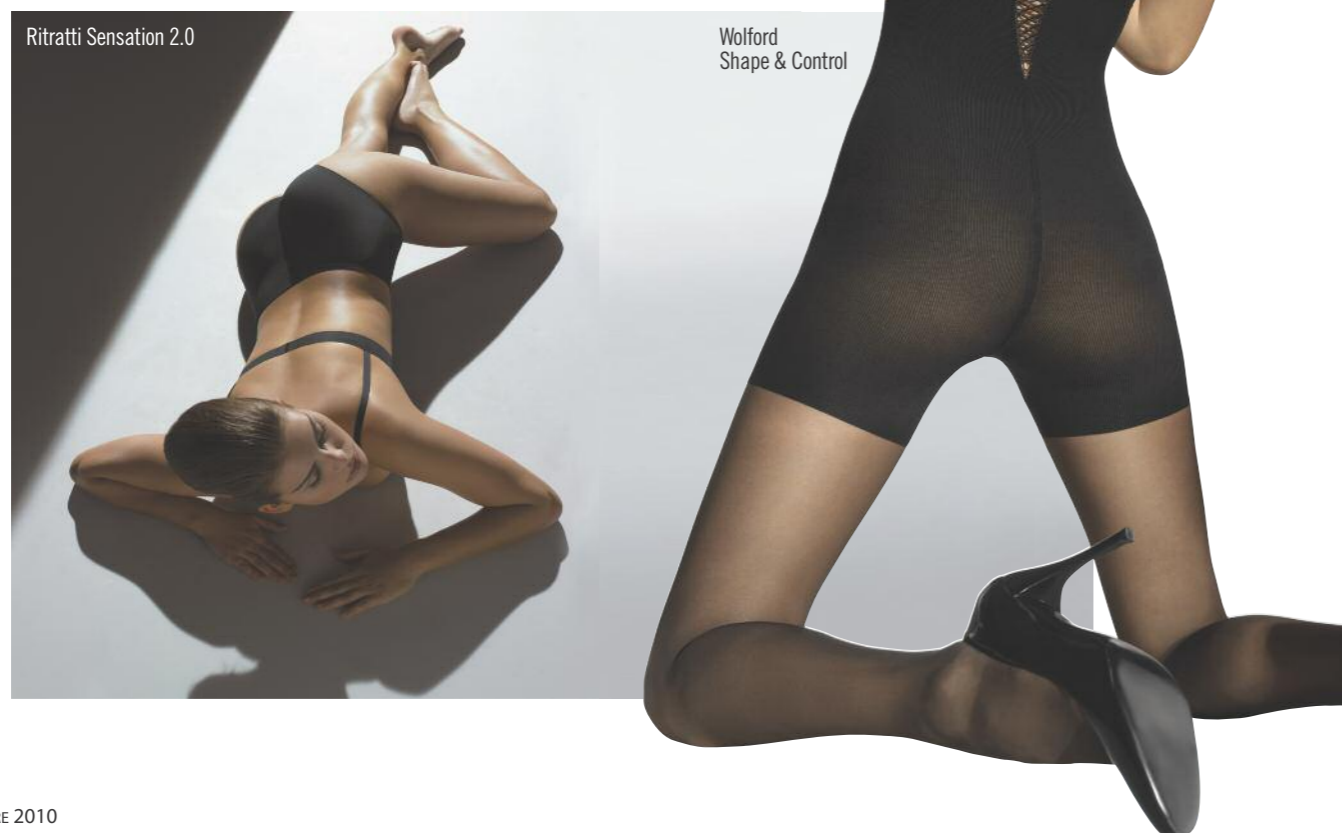
## Nuovo Shapewear, complici i temi moda

Complice anche il ritorno in auge del burlesque e di una femminilità più matura, spesso ispirata agli anni '50, con balconnet e triangoli coprenti, body, guaine e culotte a vita alta che abbracciano le forme, ma con un alto tasso di seduzione, l'immagine dello shapewear ha ormai compiuto il grande salto da “functional” a “fashionable&sexy”.

In questa veste il prodotto arriva oggi in Italia, patria del fashion per eccellenza, veicolato dai media e dal sistema moda, per un nuovo target di consumatrici

fashion victim di tutte le età e di tutte le taglie, aggiornate sugli ultimi trend, che all'intimo modellante non chiedono solo di migliorare il fitting di un capo di abbigliamento, ma anche di sorprendere con design sexy e di tendenza.

... LO SHAPWEAR ESCE  
ALLO SCOPERTO E RIVENDICA  
UN RUOLO CHIAVE IN FATTO  
DI SEDUZIONE E DI STILE ...



Ritratti Sensation 2.0

Wolford  
Shape & Control