



# Styled by Linea Intima

## SUCCESSO A FIRENZE

Con un grande ed elegante stand dal posizionamento e dalla visibilità prestigiosa, all'ultima edizione di Immagine Italia & Co Linea Intima ha presentato per la prima volta in Italia una selezione internazionale di 8 nuovi designer di intimo e beachwear

In occasione di Immagine Italia & Co (il salone italiano dell'intimo e del tessile casa, dal 5 all'8 febbraio 2010 in Fortezza da Basso a Firenze) la rubrica STYLED di Linea Intima – dedicata allo scouting internazionale di nuovi designer e avanguardie stilistiche dell'intimo/mare – è uscita dalla rivista per diventare una selezione fisica e tangibile di idee e nuovi prodotti. In fiera, lo stand di Linea Intima si è infatti trasformato in una grande e speciale piattaforma dove, con un allestimento di design a cura di ABC Manichini, sono stati presentati 8 nuovi talenti selezionati dalla rivista a livello internazionale tra i più significativi per innovazione e qualità prodotto. I designer, presenti a Firenze di persona, hanno proposto in fiera una selezione delle loro creazioni. Da sempre in prima linea nella ricerca e nella valorizzazione degli stilisti emergenti, Linea Intima ha scelto Immagine Italia & Co per creare questo momento esclusivo. “Se l'innovazione tessile procede per le sue strade, sono i nuovi designer che fanno evolvere il settore coniugando nel prodotto avanguardia tecnica e nuovi stili” spiega Marco Pisani, Direttore Editoriale di Linea Intima “I giovani designer, da sempre il futuro della moda, diventano oggi il futuro anche dei settori intimo e beachwear e dei relativi comparti industriali. In qualità di rivista di riferimento per il settore in Italia ed a livello internazionale con il Gruppo Network Dessous, il compito di Linea Intima è scoprirli e selezionarli in giro per il mondo e quando possibile metterli in risalto con eventi ed iniziative speciali.” Il Gruppo Network Dessous, di cui Linea Intima fa parte, collabora attivamente con enti, istituzioni e associazioni per la messa in valore dei giovani designer; tra le operazioni delle riviste nel 2009 si annoverano quelle con il FIT di New York, con Esmo di Parigi, con TheLink di Como per MardiModa Cannes, con FDModa di Barcellona. Un percorso di successo confermato anche dalla première fiorentina, che nei 4 giorni della manifestazione ha catalizzato l'attenzione di buyer e operatori, presentando ai retailer prodotti originali per completare in modo unico la propria proposta, e alle aziende interessate ad allargare la loro offerta potenziali partner per presidiare nuove nicchie di mercato. Sullo stand di Linea Intima, grande affluenza soprattutto la domenica – giornata “clou” del salone – e grande soddisfazione degli stilisti, ai quali l'esperienza ha fruttato una visibilità d'eccezione, numerosi contatti e concrete occasioni di business. Noi di Linea Intima li ringraziamo di essere stati con noi e ve li presentiamo in queste pagine.



Powered by  
**abc**  
MANICHINI

Nelle foto, alcuni designer del progetto Styled sullo stand di Linea Intima a Firenze





**Alix de Moussac**

NEI 4 ANNI DI STUDI ALL'ATELIER CHARDON-SAVARD DI PARIGI **ALIX DE MOUSSAC** SVILUPPA UNA PREDILEZIONE PER LE MATERIE DELICATE E POETICHE. FORTE DI VARIE ESPERIENZE IN AMBITO MODA (VOGUE, PACO RABANNE...) CHE LA PORTANO A DIVENTARE STILISTA DEL MARCHIO BATISTA NEL SUD DELLA FRANCIA, NEL 2006 LANCIA L'OMONIMO BRAND ALIX DE MOUSSAC, UN MONDO DI PRODOTTI LINGERIE E HOMEWEAR CHE PRENDONO ISPIRAZIONE DA MOMENTI UNICI: MUSICA, FILM, MA SOPRATTUTTO MATERIE E TESSUTI. PER ALIX LA LINGERIE È UN ACCESSORIO MODA DA MOSTRARE: PER QUESTO IL MARCHIO È PRESENTE ANCHE NEI NEGOZI DI PRÊT-À-PORTER OLTRE CHE PRESSO GLI SPECIALISTI DELLA LINGERIE, CON UNA NOTORIETÀ IN CRESCITA IN FRANCIA, GIAPPONE, GRAN BRETAGNA E ITALIA. OLTRE AL SUO BRAND LINGERIE ALIX SVILUPPA E DISEGNA I PANNELLI TENDENZE PER LA "CITÉ DE LA MODE EUROMÉDITERRANÉENNE".



**Dietrich**

DIETRICH NASCE NEL 2008 DALLA VOLONTÀ DI **FREDERIKA COOK** DI CREARE UNA NUOVA NICCHIA NEL SETTORE DELLA LINGERIE. IL NOME ALLUDE ALL'ART DÉCO E ALLA SUA VOCAZIONE A TRASPORRE IL BELLO NEGLI OGGETTI QUOTIDIANI, DALL'ARCHITETTURA, AGLI ARREDI, AI TESSUTI, ALLA MODA: UN INVITO AD APRIRE LE PORTE ALLA CREATIVITÀ E ALL'INNOVAZIONE, PER PORTARE NUOVA LINGUA AL MERCATO DELL'INTIMO. SVILUPPATA IN INGHILTERRA E PRODOTTA IN FRANCIA, LA COLLEZIONE S'ISPIRA ALL'ALTA MODA, CON FOCUS SULLE LINEE BASICHE E IL BOUDOIR ANNI '50, SUI QUALI FREDERIKA SVILUPPA NUOVI MOOD REALIZZANDO LE SUE COLLEZIONI COME UN PROFUMIERE CREA UNA NUOVA FRAGRANZA: ALLA BASE, AROMI SENZA TEMPO E UN DESIGN ELEGANTE; LE NOTE MEDIE SONO I TESSUTI, SCELTI INDIPENDENTEMENTE DALLE STAGIONI, IN UN MIX DI SETA E PIZZI; PER LE NOTE ALTE, INEDITI RICAMI E RICERCATI INSERTI IN PELLE, CHE CONNOTANO LA COLLEZIONE IN CHIAVE DI DESIGN ED ESCLUSIVITÀ.



**Individuals**

DOPO AVER RISCOSSO I PRIMI SUCCESSI CATALDI GROUP COME RESPONSABILE DI CAMPIONARIO PER LA PRIMA LINEA DI VIVIENNE WESTWOOD, GRAZIE AL RAPPORTO CON UN'AZIENDA CHE S'IDENTIFICA PER UN ALTO CONTENUTO MODA E ALLA PRESENZA COSTANTE DELLA SUA MUSA, **DANIELA CORCIO** È CRESCIUTA CON LA PASSIONE PER LA SARTORIALITÀ E PER IL DRAPPEGGIO, OGGI ELEMENTI CHIAVE NEL PROCESSO CREATIVO DI OGNI SUA COLLEZIONE. IKONOSTAS, DAL GRECO, L'OGGETTO SU CUI POSA L'ICONA, È IL BRAND CHE DANIELA HA SCELTO PER LA SUA COLLEZIONE LINGERIE: LA RICERCA E IL RAPPORTO CON ICONE PASSATE E MODERNE CHE NASCONO IN UN LABORATORIO-SHOWROOM NEL CENTRO DI FIRENZE - PUNTO D'INCONTRO TRA IL LUSO DELLA CITTÀ CULLA DEL RINASCIMENTO E L'UNDERGROUND CHE LA STESSA VISSE APPASSIONATAMENTE NEGLI ANNI '80 - SI FONDONO CON LA NOSTALGIA DI MEMORIE CHE RACCONTANO UNA PARTICOLARE ATTENZIONE AL GUSTO DEL BELLO, NELLA MODA COSÌ COME NELL'ARCHITETTURA E NELL'ARTE.



**Ikonostas**

DA 10 ANNI CONSULENTE DELLO STUDIO CATALDI GROUP COME RESPONSABILE DI CAMPIONARIO PER LA PRIMA LINEA DI VIVIENNE WESTWOOD, GRAZIE AL RAPPORTO CON UN'AZIENDA CHE S'IDENTIFICA PER UN ALTO CONTENUTO MODA E ALLA PRESENZA COSTANTE DELLA SUA MUSA, **DANIELA CORCIO** È CRESCIUTA CON LA PASSIONE PER LA SARTORIALITÀ E PER IL DRAPPEGGIO, OGGI ELEMENTI CHIAVE NEL PROCESSO CREATIVO DI OGNI SUA COLLEZIONE. IKONOSTAS, DAL GRECO, L'OGGETTO SU CUI POSA L'ICONA, È IL BRAND CHE DANIELA HA SCELTO PER LA SUA COLLEZIONE LINGERIE: LA RICERCA E IL RAPPORTO CON ICONE PASSATE E MODERNE CHE NASCONO IN UN LABORATORIO-SHOWROOM NEL CENTRO DI FIRENZE - PUNTO D'INCONTRO TRA IL LUSO DELLA CITTÀ CULLA DEL RINASCIMENTO E L'UNDERGROUND CHE LA STESSA VISSE APPASSIONATAMENTE NEGLI ANNI '80 - SI FONDONO CON LA NOSTALGIA DI MEMORIE CHE RACCONTANO UNA PARTICOLARE ATTENZIONE AL GUSTO DEL BELLO, NELLA MODA COSÌ COME NELL'ARCHITETTURA E NELL'ARTE.



**Kriiss Soonik Lounger**

DOPO AVER RISCOSSO I PRIMI SUCCESSI NEL SUO PAESE NATALE, L'ESTONIA, **KRIISS SONIK** SI È TRASFERITA A LONDRA NEL 2005, DOVE HA COLLABORATO CON MARCHI LINGERIE DI LUSO COME MADAME V E AGENT PROVOCATEUR. DIPLOMATA CON L'MA DEGREE AL LONDON COLLEGE OF FASHION, NEL 2009 HA LANCiato IL SUO BRAND, KRIISS SOONIK LOUNGERIE, SVILUPPANDO UN'IDEA DI PRODOTTO RIVOLUZIONARIO E UN SENSO DEL BUSINESS INNOVATIVO. OGGI IL MARCHIO È PROPOSTO DA UN PICCOLO MA AFFIATO TEAM E DISTRIBUITO A LIVELLO EUROPEO IN UNA SELEZIONE DI NEGOZI INDIPENDENTI DI ALTO LIVELLO, CON UNA NOTORIETÀ DI MARCA INTERNAZIONALE IN VELOCE CRESCITA. MISSION DEL BRAND È CREARE LINGERIE E LOUNGEWEAR "INCREDIBILMENTE STUPENDI" PER DONNE DALLO SPIRITO GIOVANILE. INFLUENZATA DALLA CULTURA POP E DAI TREND CONTEMPORANEI, LONTANA DA CRITERI CREATIVI CONVENZIONALI, KRIISS È LEI STESSA IL MIGLIOR ESEMPIO DELL'ANIMA DEL BRAND: "UNA RAGAZZA SEMPLICE DAI SUPER-POTERI".



**Made by Niki**

EX REDATTRICE DI LINGERIE BUYER MAGAZINE E DEL SUNDAY TELEGRAPH, POI HEAD OF MARKETING DI MINISTRY OF SOUND E TURNER BROADCASTING, **NIKI MCMORROUGH** SI È FORMATA IN LINGERIE DESIGN AND BUSINESS AL LONDON COLLEGE OF FASHION, AL LONDON COLLEGE OF PRINTING, ALLA DE MONTFORT UNIVERSITY E ALLA ROYAL HOLLOWAY UNIVERSITY OF LONDON PER POI CREARE IL PROPRIO UNIVERSO MODA DECLINATO IN DUE BRAND RIGOROSAMENTE "MADE IN ENGLAND": MADE BY NIKI, LINGERIE NUMERATA IN EDIZIONE LIMITATA, E NIKI LINGERIE, CHE CON IL CONCEPT FRESH FOUNDATIONS HA REINVENTATO L'IDEA DI SHAPEWEAR ALL'INSEGNA DEL FASHION. AMATA DA NUMEROSE CELEBRITIES E VOTATA TRA I 20 TOP BRANDS DI WGSN A PARIGI, NEL 2007 NIKI HA PARTECIPATO AD EVENTI D'ECCEZIONE COME L'ULTRA LINGERIE DI PARIGI, GLI SCOTTISH STYLE AWARDS E A PRIMA RES A FIRENZE.



**Les Jupons de Tess**

LANCIATO DUE ANNI FA ED ELETTO MARCHIO «COUP DE CŒUR» DA CHANTAL THOMAS E CHRISTINE WALTER-BONINI, DIRETTRICE DI ESMOD, DURANTE IL SIL 2009, LES JUPONS DE TESS PROPONE COLLEZIONI ISPIRATE ALL'ELEGANZA DEL XVIII SECOLO, CARATTERIZZATA DA UNA VERA «ART DE LA TOILETTE» E DELLA INTELLIGENTE CIVILTÀ. SIMBOLI DELL'EPOCA, TULLE, RASO, SETA, VOILE DI COTONE DIVENTANO GLI ELEMENTI BASE DELLE CREAZIONI DI **CAROLINE TANNIUS**, IL CUI ESTRO SI DECLINA IN COLLEZIONI BOUDOIR ATTUALIZZATE IN LINEE GLAMOUR DI CORSETTERIA E LINGERIE NOTTE. PER CAROLINE L'ISPIRAZIONE PRENDE FORMA ANCHE DA PICCOLI DETTAGLI: IL MODO DI ANNODARE UN NASTRO, UN DÉCOLLETÉ, UNA MANICA, UN DISEGNO... L'IMMAGINAZIONE FA IL RESTO. LA MAGGIOR PARTE DELLE PROPOSTE SONO PENSATE PER UN USO SOTTO-SOPRA: CORSETTI COME CINTURE, CARACO COME TOP, SOTTOVESTI COME ABITINI, CAPI IN COTONE COME BEACHWEAR...



**Lascivious**

**CHLOE HAMBLÉN** SI È FORMATA IN FASHION DESIGN ALLA DE MONTFORT UNIVERSITY DI LONDRA, HA LAVORATO CON AGENT PROVOCATEUR E ALEXANDER MCQUEEN E COLLABORATO CON MARLIES DEKKERS PRIMA DI TORNARE IN GRAN BRETAGNA E LANCIARE IL SUO BRAND NEL 2004. IN QUALITÀ DI DIRETTORE GENERALE E CREATIVO, SI DEDICA COSTANTEMENTE ALLA RICERCA DI IDEE INNOVATIVE PER SVILUPPARLO. APPASSIONATA ALL'ESTETICA DELLA SENSUALITÀ, È ATTENTA AI TREND DEL DESIGN MODERNO, CHLOE HA SVILUPPATO I CONTENUTI DELLA COLLEZIONE CON L'OBIETTIVO DI RENDERLA UN VERO PUNTO DI RIFERIMENTO PER LA LINGERIE DI LUSO PIÙ SPERIMENTALE, CAPACE DI RISPONDERE AI DESIDERI DI UOMINI E DONNE ALLA RICERCA DI CAPI UNICI PER EMOZIONARE E SEDURRE. LA COLLEZIONE È IN COSTANTE EVOLUZIONE E COMPRENDE 5 LINEE ED ACCESSORI. IL BRAND OGGI È DISTRIBUITO A LIVELLO MONDIALE IN UNA SELEZIONE DI PUNTI VENDITA DI ALTO LIVELLO COME BARNEYS A NEW YORK O COCO DE MER A LONDRA...

