

Linea intima

Firenze

5-8 febbraio 2010

Immagine Italia

Fortezza da Basso

Padiglione Spadolini

Piano Attico

Sullo stand di

Linea Intima

una selezione di

8 Giovani Designers

Internazionali



Per i 4 giorni del salone

Immagine Italia

la rubrica

STYLED di Linea Intima

esce dalla rivista

per diventare

una selezione fisica

e tangibile di idee

e nuovi prodotti di

Alix de Moussac

Dietrich

Ikonostas

Individuals

Kriss Soonik

Lascivious

Les Jupon de Tess

Made by Niki

Organizzato da

Linea Intima

Con il Patrocinio di

**IMMAGINE
ITALIA & Co.**



Marco B. Pisani
Direttore Linea Intima
Presidente Network Dessous

IL PROGETTO

In fiera, lo stand della rivista si allarga, per diventare una grande e speciale piattaforma dove, con un allestimento di design, sono presentati 8 Giovani Stilisti selezionati dalla rivista a livello internazionale tra i più significativi per innovazione e qualità prodotto.

I giovani Designers, presenti a Firenze di persona, propongono in fiera una selezione delle loro creazioni.

Linea Intima è da sempre in prima linea nello scouting internazionale di nuovi Designers ed ha scelto Immagine Italia per creare questo momento esclusivo.

Se l'innovazione tessile procede per le sue strade sono i nuovi Designers che fanno evolvere il settore coniugando nel prodotto avanguardia tecnica e nuovi stili.

Oggi più che mai infatti le Griffes ed i grandi Stilisti internazionali hanno definito uno sviluppo significativo della percezione dell'intimo e del beachwear come parte integrante delle proposte moda, facendo uscire i due segmenti dall'accezione dell'accessorio.

Parallelamente è ormai evidente l'importanza di questi segmenti nel paniere di spesa delle consumatrici. Ecco allora che anche lingerie e beachwear sono attori al 100% del mondo della moda.

I nuovi Designers, da sempre il futuro della moda, diventano oggi il futuro anche di questi settori 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.

Per Linea Intima è un piacere trovare in Immagine Italia & Co. tanta attenzione per questi giovani brands innovativi.

Il Gruppo Network Dessous, di cui Linea Intima fa parte, collabora attivamente con enti, istituzioni ed associazioni per la messa in valore dei Giovani Stilisti; 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 Mare di Moda Cannes, con FDModa di Barcellona.

Gli Allestimenti dello stand Styled by Linea Intima sono realizzati da **ABC Manichini**

Ufficio Stampa Genius International Milano

Phone ++39.02.48620288

Events@Geniusinternational.eu

Firenze
5-8 febbraio 2010

Immagine Italia
Fortezza da Basso
Padiglione Spadolini
Piano Attico



ALIX de MOUSSAC

Presenta

ALIX DE MOUSSAC

123 Rue Breteuil
13006 Marseille
France
++33.6.64619111 M
www.alixdemoussac.com

Designer
Alix de Moussac

Contact Person
Alix de Moussac
alixdemoussac@gmail.com

Alix sviluppa una predilezione per le materie delicate e poetiche nei quattro anni di studi di moda e stilismo all'Atelier Chardon-Savard di Parigi poi si forma con diverse esperienze professionali nel mondo della moda (Vogue, Paco Rabanne...). Successivamente è stilista del marchio Batista nel sud della Francia. Il suo amore per la lingerie e la sua volontà di creare la portano a lanciare nel 2006 il suo proprio Brand Alix de Moussac con l'obiettivo di proporre un mondo di prodotti lingerie e homewear che prendono ispirazione da momenti unici, da film, da una musica, ma soprattutto dalle materie e dai tessuti; per Alix la lingerie si mostra, si deve far vedere. E' così una lingerie che diventa un accessorio di moda e per questa sua caratteristica è presente anche in diversi negozi di prêt-à-porter oltre che presso gli specialisti lingerie, con una notorietà in crescita in Francia Giappone, Gran Bretagna ed Italia. Parallelamente al suo Brand lingerie Alix sviluppa e disegna i pannelli tendenze per la "Cité de la Mode Euroméditerranéenne".



Alix de Moussac

www.alixdemoussac.com

Firenze
5-8 febbraio 2010

Immagine Italia
Fortezza da Basso
Padiglione Spadolini
Piano Attico



FREDERIKA COOK

Presenta

DIETRICH

Hill House
Basingstoke Road
Spencers Wood, Berkshire,
RG7 1AL.
++44.118.988.9436 T
++44.118.988.6605 F
www.discover-dietrich.com

Designer
Frederika Cook

Contact Person
Frederika Cook
info@discover-dietrich.com

Dietrich nasce nell'estate del 2008 dalla volontà di Frederika di creare una nuova nicchia nel settore della lingerie. La collezione si ispira all'alta moda sviluppando proposte che traggono spunti da due ambiti tipici del settore: le linee basiche e quelle della moda più boudoir degli anni '50 sulle quali ricrea nuovi mood.

Comprendendo la complessità del mondo femminile nei riguardi della lingerie Frederika realizza le sue collezioni come un profumiere realizzerebbe una nuova fragranza. Alla base delle sue collezioni troviamo aromi senza tempo ed un design elegante; le note medie sono i tessuti scelti indipendentemente dalle stagioni che combinano dalle sete ai pizzi. Le note alte sono inusuali ricami ed inserti in pelle ricercati, che sono gli aspetti più indicativi della collezione in ambito design e che creano l'esclusività del brand. Ogni collezione è sviluppata in Inghilterra e prodotta in Francia. Il nome Dietrich è stato scelto da Frederika perché, specialmente in inglese, allude all'Art Deco ed ai suoi anni di innovazione e ricerca nel design e nel trasporre il bello negli oggetti quotidiani, dall'architettura, alla casa, ai tessuti, alla moda. Per la designer questo brand ha il significato di spaziare con la mente per aprire le porte alla creatività, all'innovazione, ed in ultima analisi portare nuova vita al mercato della lingerie.



Dietrich

Firenze
5-8 febbraio 2010

Immagine Italia
Fortezza da Basso
Padiglione Spadolini
Piano Attico



DANIELA CORCIO

Presenta

IKONOSTAS

Piazza dei Peruzzi, 2
50122 Firenze
Italia
www.ikonostas.net

Designer

Daniela Corcio
++39.349.3412131 M

Contact Person
Malou Scuderi
++39.329.6773796 M
info@ikonostas.net

Daniela è consulente da 10 anni dello Studio Cataldi Group con il ruolo di responsabile di campionario per la prima linea di Vivienne Westwood, la Gold Label. Grazie a questo rapporto con un'azienda che si identifica per un alto contenuto moda e alla presenza costante della sua musa, Vivienne Westwood, nella sua attività lavorativa, Daniela è cresciuta come designer con la passione per la sartorialità e per il drappeggio, attività che incide maggiormente nel processo di creazione di ogni sua collezione. Ikonostas, dal greco, l'oggetto su cui posa l'icona, è il brand che Daniela Corcio ha scelto per la sua collezione le cui fondamenta sono la ricerca e il rapporto con icone passate e moderne che nascono in un laboratorio show room nel centro di Firenze, punto di incontro tra il lusso della città culla del Rinascimento e l'underground che la stessa visse appassionatamente negli anni '80. La creazione si svolge in questo spazio, basata sulla nostalgia di memorie che raccontano di una particolare attenzione al gusto del bello nella moda così come nell'architettura e nell'arte.



Firenze
5-8 febbraio 2010

Immagine Italia
Fortezza da Basso
Padiglione Spadolini
Piano Attico



CARLO GALLI

Presenta

INDIVIDUALS

Via P. Crespi 16
20127 Milano
Italy
++39.3471626 689 M
++39.02.29402798 F
www.individuals.it

Designer
Carlo Galli

Contact Person
Carlo Galli
++39.347.16 26 689
individuals@individuals.it

Carlo Galli ha collaborato con importanti griffes come Mantero Seta, Chanel, Emilio Pucci, Louis Vuitton, Loewe, Tommy Hilfiger, Ungaro, e come Product Manager per l'underwear ed il beachwear con Gianfranco Ferré e Diane Von Furstenberg. Dal 2004 crea la sua collezione beachwear Individuals. Il progetto mescola elementi del beachwear agli stili più diversi concetto alla base della filosofia di Individuals. Carlo oggi propone una collezione beachwear con produzioni esclusive, come un bikini prodotto in dieci esemplari, con una carta di identità che racconta la storia del capo, dove è stato venduto e chi lo indossa. Questo grazie ad un innovativo sistema di produzione, mutuato dall'esperienza industriale e dalla capacità artigianale. Ed una collezione Dance Attitude che scopre la fisicità, dove le forme assecondano i movimenti con una modellistica rivoluzionaria, senza cuciture sul fianco, disegnate attorno al muscolo gluteo o incernierate allo psoas. Il tutto prodotto in Italia con passione artigiana e ricerca di materiali "Individuals". Individuals è stato scelto da Vodafone e da Sky per la loro immagine estiva 2009.



INDIVIDUALS

Firenze
5-8 febbraio 2010

Immagine Italia
Fortezza da Basso
Padiglione Spadolini
Piano Attico



Presenta

KRISS SOONIK

The Leathermarket Studio
11G1
11-13 Weston Street
London SE1 3ER
United Kingdom
++44 (0)791.4897831
www.kriss-soonik.com

Designer
Kriss Soonik

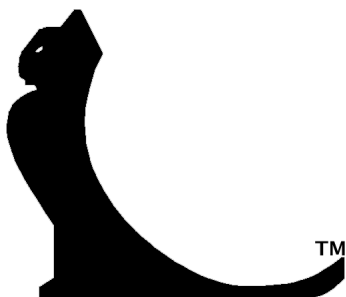
Contact Person
Kriss Soonik
++44 (0)791.4897831
info@kriss-soonik.com



KRISS SOONIK

Kriss si è trasferita a Londra nel 2005 dopo aver maturato esperienza professionale e aver riscosso i primi successi nel suo paese natale: l'Estonia. Dopo ulteriori importanti esperienze fatte lavorando per altre note Griffes lusso della lingerie come Madame V e Agent Provocateur, nel 2009 ha cominciato a pensare di porre le basi per un suo brand. Kriss si è diplomata con l'MA Degree al London College of Fashion, cosa che la ha aiutata a far maturare le sue idee di prodotto rivoluzionario ed un senso del business innovativo. Oggi il marchio è proposto da un piccolo ma affiatato team ed è distribuito a livello europeo in una ristretta selezione di negozi indipendenti di alto livello, con una notorietà di marca internazionale in veloce crescita.

Kriss Soonik Loungerie è un marchio che ha come mission la creazione di lingerie e loungewear "incredibilmente stupendi" per donne dallo spirito giovanile. Influenzato dalla cultura pop e dai trend più contemporanei è lontano da criteri creativi convenzionali o conservatori. La proprietaria e stilista Kriss Soonik stessa è il migliore esempio dell'anima del brand: "Una ragazza semplice dai Super-Poteri".



Firenze

5-8 febbraio 2010

Immagine Italia

Fortezza da Basso

Padiglione Spadolini

Piano Attico



CHLOE HAMBLÉN

Presenta

LASCIVIOUS

First Floor
79 High Street
Walton-on-Thames, Surrey
KT12 1DN
++44.1932 244011 T
www.lascivious.co.uk

Designer

Chloe Hamblen

Contact Person
Rachel
++44.1932 244011 T
rachel@lascivious.co.uk

Chloe 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. Di grande talento è appassionata ai concept del brand, in qualità di direttore generale e creativo, si dedica costantemente alla ricerca di innovative idee per svilupparlo. Appassionata dall'estetica della sensualità, e attenta ai trend del moderno design, Chloe ha sviluppato i contenuti delle collezioni con l'obiettivo di renderla un vero punto di riferimento per la lingerie di lusso 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 cinque 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...



Lascivious

Firenze

5-8 febbraio 2010

Immagine Italia

Fortezza da Basso

Padiglione Spadolini

Piano Attico



CAROLINE TANNOUS

Presenta

LES JUPON DE TESS

17, rue Le Peletier

75009 Paris

France

++33 1 40 53 82 67 T

++33 1 40 53 82 69 F

www.lesjuponsdetess.com

Designer

Caroline Tannous

Contact Person

Cécile Matray

++33 1 40 53 82 67

cecile@lesjuponsdetess.com

Eletta Marca « coup de cœur » da Chantal Thomass et Christine Walter-Bonini, Direttrice della prestigiosa scuola ESMOD, durante il Salon de la Lingerie 2009, solo due anni dopo il suo lancio, Les Jupons de Tess risulta un giovane brand molto promettente.

Marchio di lingerie francese propone collezioni ispirate all'eleganza della donna del XVIIIesimo secolo, epoca caratterizzata da una vera « Art de la Toilette » e della intelligente civetteria. Simboli dell'epoca tulli, rasi, sete, voile di cotone, che diventano gli elementi base delle collezioni ideate da Caroline Tannous per capi che evocano in modo elegante il periodo storico. Le idee sono declinate in collezioni boudoir attualizzate in linee glamour di corsetteria e lingerie notte. Per Caroline l'ispirazione arriva anche da piccoli dettagli, che poi prendono forma, come il modo di annodare un nastro, un décolleté, una manica, un disegno... e l'immaginazione fa il resto. La maggior parte delle proposte sono pensate per un uso esternabile, sotto-sopra; i corsetti come cinture, i caracos come top, le sottovesti come vestitini, i capi in cotone come beachwear...



Immagine Italia
Fortezza da Basso
Padiglione Spadolini
Piano Attico



Presenta

MADE BY NIKI

Symington House
14 School Lane
Market Harborough
Leicestershire
LE16 9DJ
United Kingdom
+44 {0}1858 432 141 T
+44 {0}1858 455 414 F
+44 {0}7817 956 788 M
www.madebyniki.co.uk

Designer

Niki McMorrough

Contact Person

Scott Parker

scott@madebyniki.co.uk



NIKI MCMORROUGH

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 ed alla Royal Holloway University of London per poi creare il proprio universo moda declinato in due Brands 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 di eccezione come l'Ultra Lingerie di Parigi, gli Scottish Style Awards e a Prima Res a Firenze.



Firenze
5-8 febbraio 2010

Immagine Italia
Fortezza da Basso
Padiglione Spadolini
Piano Attico



**ABC Manichini
sostiene i
Giovani Creatori**



ABC Manichini
azienda leader del settore, ha collaborato alla
realizzazione dello stand **Styled by Linea Intima** a
Immagine Italia.

Per ABC Manichini l'iniziativa si inserisce in un preciso progetto aziendale che punta al sostegno dei giovani creatori emergenti, in Italia ed all'estero; in questo caso il progetto è congiunto al quello di Linea Intima e si concretizza con l'esposizione di Firenze.

"In un periodo di grandi cambiamenti strutturali del mercato della moda e del tessile abbigliamento, -afferma Christian Besana di ABC Manichini- è necessario agire sulle leve che creano qualità, ed una di queste è certamente investire sui giovani di talento, i grandi Designer di domani." La nostra azienda offre un prodotto di altissima qualità e forte di un marchio come quello del "Made in Brianza", che identifica in Italia la culla del design e di produzioni da sempre innovative, abbiamo intrapreso da anni un programma di comunicazione dei nostri valori che integra il supporto di eventi di rilievo nazionale e internazionale. Styled di Linea Intima si inserisce perfettamente in quest'ottica."

Con la partecipazione a Immagine Italia con Styled by Linea Intima, ABC Manichini da risalto e valorizza oltre il suo lato estetico una nuova serie di prodotti, manichini innovativi e di alto contenuto estetico e di design, il tutto con le creazioni di otto giovani Designers di talento.

ABC Manichini, leader mondiale del settore, nasce nel 1963 con Silvano Besana attuale Presidente. Produce oltre 20.000 manichini l'anno e tra i clienti annovera molte delle Griffes più importanti a livello internazionale; il suo show room ideale, oltre a quello nella sede dell'azienda, sono le centinaia di vetrine nei punti vendita dei grandi Stilisti di tutto il mondo.

ABC Manichini investe in innovazione tecnologica per il progressivo rinnovamento della linea produttiva al fine di diminuire l'impatto ambientale.



Ufficio Stampa ABC Manichini
G&C General Communication
Carlo Gaeta 335.8262951
Paola Brambillasca 339.6838271