

— NUEVOS — TALENTOS



A mano con amor

Dicen que las tierras volcánicas tienen algo de especial; que su mar, colores y gentes son diferentes. Con esa frase Patricia, una diseñadora canaria, madre de dos niños, nos habla de sueños al referirse a su marca, que nació impulsada por un triste acontecimiento familiar que le sirvió de acicate para cumplir uno de ellos.

Tras vivir en Alemania, Francia e Italia, de vuelta a España, esta profesional que trabajó para firmas de moda como Mango, Tommy Hilfger, Pepe

Jeans o Esprit lanza su propuesta de moda baño que apuesta por la originalidad, la fidelidad a un estilo propio, la calidad, la artesanía y el saber hacer de los talleres locales, la economía ética, la sensibilidad medioambiental y las cosas bien hechas.

Sus creaciones, alegres, vitales, coloristas y de patrones singulares arrasan en las redes sociales, vehículo de comunicación que emplean para ganar visibilidad mientras colaboran

con influencers como Dulceida, Jessica Goicoechea o Laura Escanes, entre otras, generando un batallón de seguidores fieles a sus colecciones cápsula.

De venta en su shop online, mientras implementan su estrategia comercial y de expansión para operar a nivel wholesale y retail, han aterrizado en Argentina como campo de pruebas y no se cierran a introducir en poco tiempo una línea masculina. El tiempo dirá...y les dará la razón, seguro.

Made in France 3.0

Septiembre de 2011. Un joven Guillaume Gibault, recién diplomado en la HEC de París, se reúne con sus amigos para tomar una copa. En la velada, no sabemos si debido a los efectos propios de la embriaguez, surge una apuesta: lanzar al mercado una marca de slips. Sencillos, tradicionales, básicos...y de calidad.

Manos a la obra. Localiza un fabricante tradicional en Dordogne, al suroeste del país, y poco después vuelve a París con una apuesta ganada y 600 pares de calzoncillos en el maletero de su coche de alquiler. A partir de ahí, una estrategia de comunicación integral "3.0" que les conecta con su público objetivo, una nueva generación de consumidores exigentes que valoran las prendas de calidad con una historia genuina y simpática detrás, capaz de conectar con sus valores.

Campañas digitales irónicas y divertidas, una legión de seguidores en las redes sociales y unas prendas originales y desenfadadas se dan la mano con una política de colaboraciones con otras firmas como Maison Lejaby, Princesse Tam Tam, Saint James, Evian o el Roland Garros que les reporta sinergias y ventas en sus tres establecimientos (además de en su shop online), en sus pop up store o en cualquier de los puntos de venta multimarca repartidos por toda Francia, Bélgica, Alemania, Inglaterra, Estados Unidos o Japón, entre otros países donde están presentes.

LE SLIP FRANÇAIS



Diseños con amor

Fresca, chispeante, refinada, elegante... Así es la mujer que nos dibuja Jolies Momes, una firma francesa de lencería creada en 2012 por Alice Pecatte, una joven diseñadora que, tras cursar estudios en la prestigiosa escuela ESMOD de París y trabajar en firmas de prestigio como Dior, Lacroix, Kenzo, Cacharel o Sonia Rikyel, entre otras, decidió focalizarse en su pasión: la lencería.

Así, desde su atelier en Bidart, en pleno corazón del País Vasco francés, la firma nos propone una visión totalmente diferente de la moda íntima, inspirada en un estilo de vida retro chic, despreocupado y bohemio que nos evoca a libertad.

Sus creaciones lenceras son puro deleite, con acabados al detalle y materiales nobles, todos ellos de proveedores de proximidad, asegurando así el Made in France al 100%, donde tiene cabida tules, encajes, sedas o crepés que dan forma a livianos sostenes y bralettes, provocadoras braguitas de talle alto que casan con elegantes kimonos o deliciosos monos lenceros. De venta en su shop online, mientras van impulsando su expansión internacional en el canal retail, incluida España, van dando forma a su próximo reto, crear una línea de baño.

JOLIES MOMES