

SALON  
INTERNATIONAL  
DE LA LINGERIE

INTERFILIÈRE  
PARIS

# DOSSIER DE PRESSE

PARIS, PORTE DE VERSAILLES

20-22 JAN. 2024



# SOMMAIRE

ÉDITO	2
CHIFFRES CLEFS 2023 LINGERIE, SOUS-VÊTEMENTS ET BAIN	3
UNE ÉDITION ANNIVERSAIRE AUDACIEUSE ET ULTRA CRÉATIVE	6
HAPPY BIRTHDAY SALON INTERNATIONAL DE LA LINGERIE !	15
LES TENDANCES	24
LE RENOUVEAU DU SHAPEWEAR	31
INVESTIR ET INNOVER, LA CLÉ POUR REBONDIR	35
COUP DE CŒUR EXPOSED	38
UNE NOUVELLE OFFRE À DÉCOUVRIR SUR WELLNESS !	43
LES MATIÈRES S'ADAPTENT À LA NOUVELLE RÉALITÉ DU MARCHÉ	46
NEWS, SALON INTERNATIONAL DE LA LINGERIE	49
NEWS, SALON INTERFILIÈRE PARIS	59

# L'ÉDITO

Il y a 60 ans, le premier Salon International de la Lingerie ouvrait ses portes.

60 ans plus tard, le rendez-vous, accoudé à Interfilère Paris, écrit toujours le futur de l'industrie, suivant l'évolution de la société.

Alors que de nouveaux codes émergent et bien que le retail soit chahuté, il évolue. Le secteur de la Lingerie suit le mouvement et s'adapte s'ouvrant davantage sur le monde et la mode.

C'est toute cette résilience et cette énergie que nous avons voulu retranscrire avec cette nouvelle édition du Salon International de la Lingerie & Interfilère Paris.

Notre programme : Inspirer, Explorer, Innover, Rêver, Rayonner, Fédérer, autour des nouvelles collections de Lingerie, Loungewear, Active Wear, Swimwear, mais aussi des matières d'exception et des dernières innovations sourcing.

À découvrir, côté Salon International de la Lingerie, une exposition inédite des it-produits de la saison et de pièces avant-gardistes prouvant, s'il le faut encore, que la lingerie est un produit de mode.

Parmi les nouveautés, découvrez également, une nouvelle zone Wellness qui propose une typologie de produits dans l'air du temps, en symbiose avec l'univers Lingerie pour apporter des éléments de réponses aux boutiques.

Enfin, nous avons concocté, samedi 20 janvier, une soirée Anniversaire ponctuée d'un défilé de pièces iconiques de 1964 à nos jours.

Côté Interfilère Paris, là aussi la création bat son plein avec un tout nouveau Forum « Savoir-Faire », imaginé par Pascal Gautrand. Ne manquez pas une offre ultra sélective mettant en lumière tout le talent des fabricants.

Bienvenue en 2024, place à la lingerie du futur qui rend hommage à toutes les femmes.

Du 20 au 22 janvier 2024, poussez la porte du plus grand concept-store de mode au monde, qui réunit, Porte de Versailles, le Salon International de la Lingerie & Interfilère Paris en synergie avec les autres événements mode de WSN Développement : Who's Next, Impact, Bijorhca, Traffic et Neonyt Paris.

Ensemble, ils présentent l'offre la plus complète du moment en termes de marques, de tendances et de produits.

Place à une édition anniversaire tournée vers l'avenir.  
Vive Paris, capitale de la mode et de la lingerie !

**Frédéric Maus,**  
Directeur Général de WSN  
et PDG d'Eurovet

**Matthieu Pinet,**  
Directeur du Salon International  
de la Lingerie, Interfilère Paris  
& Curve Paris



**CHIFFRES  
CLEFS 2023**  
LINGERIE, SOUS-VÊTEMENTS  
ET BAIN

## LA LINGERIE FÉMININE, UN MARCHÉ AFFAIBLI MAIS QUI RESTE DYNAMIQUE OÙ LA QUALITÉ PRIME SUR LA QUANTITÉ.

Le marché Lingerie Femme en France en 2023 (de janvier à octobre)

### 2,12 MILLIARDS D'€

Femme Lingerie Jour, Nuit-Intérieur et Chaussant | Total Distribution | Mensuel Cumulé Janvier – Octobre 2023 // Kantar x Salon International de la Lingerie

Les sous-vêtements représentent **12,3%** des dépenses dans l'habillement Femme, le chaussant **2,7%**, le bain **1,9%**. Le marché nuit et vêtements d'intérieur se développe avec une représentation en augmentation à **3,4%**.

**Le marché Lingerie Femme** (jour et nuit-intérieur) est en recul en volume comme en valeur (-4,8% vs 2022) : **1,8 milliards d'€**. On constate une hausse du prix moyen d'achat : **+1,4%**

Sur la lingerie de jour Femme, **les soutiens-gorges, bustiers et brassières** représentent **56% des dépenses**. **Les slips et culottes, près de 38%**, sont **en nette augmentation** vs 2022.

**Le vêtement de nuit affiche une belle progression. Le pyjama (42%) et la nuisette (9%) se renforcent** particulièrement.

Côté circuit de distribution : les pure players, les click&mortar, les chaînes périphérie et les soldeurs gagnent de la Part De Marché. Les Chaînes de Centre-ville et Centres Commerciaux, leaders, sont challengées.

**Le chaussant femme** est en recul en volume: **314 millions d'€** mais connaît **une hausse de 2,5%** du prix moyen d'achat. **La chaussette** est de plus en plus **plébiscitée** et **représente 64% des dépenses**.

Les spécialistes sport, les pure players, les soldeurs et les indépendants gagnent de la PDM sur le chaussant femme. Les Grandes Surfaces Alimentaires, en difficulté, conservent tout de même leur leadership.

## LE MARCHÉ DU SOUS-VÊTEMENT MASCULIN, SE PORTE BIEN ET PROGRESSE EN VALEUR, SOUTENU PAR UNE FORTE HAUSSE DU PRIX MOYEN DE + 6%.

### 413 MILLIONS D'€

Sous-vêtements masculins | Total Distribution | Mensuel Cumulé Janvier – Octobre 2023 // Kantar x Salon International de la Lingerie

Les sous-vêtements représentent **5,9%** des dépenses et le bain **1%** dans l'habillement Homme.

**Le boxer** s'impose de plus en plus et **pèse 69% des dépenses**.

Les Grandes Surfaces Alimentaires restent leader sur les sous-vêtements homme, malgré un fort recul. Les Chaînes de Centre-ville et Centres Commerciaux, les soldeurs, les grands magasins et les indépendants gagnent de la PDM.



Aubade

## LE MARCHÉ DU BAIN EN PLEINE TRANSFORMATION AVEC UNE DÉCROISSANCE MAIS UNE VÉRITABLE PROGRESSION DES ACHATS D'HIVER

**Le marché du Bain Femme** est en décroissance impacté par des achats moins réguliers et des paniers moins remplis avec un recul de 2,4 % vs 2022.

**221 millions d'€**

**Le maillot 1 pièce est le plus important avec 44,5%** des dépenses et se développe encore (vs 43% en 2022). Le maillot 1 pièce, incontournable du dressing féminin aujourd'hui est très souvent un achat plus cher et plus mode.

Face à l'inflation, les Français (Hommes et Femmes) n'ont pas fait passer l'achat de maillots de bain comme prioritaire.

Les acheteurs Bain Hommes sont moins nombreux et ont acheté moins d'articles cette année. **Le marché Bain masculin** connaît une baisse de 14,8 % et **représente 70 millions d'€**

**Le Bermuda se développe** et représente 48% des dépenses (+ 4% vs 2022), le Boxer short 39%.

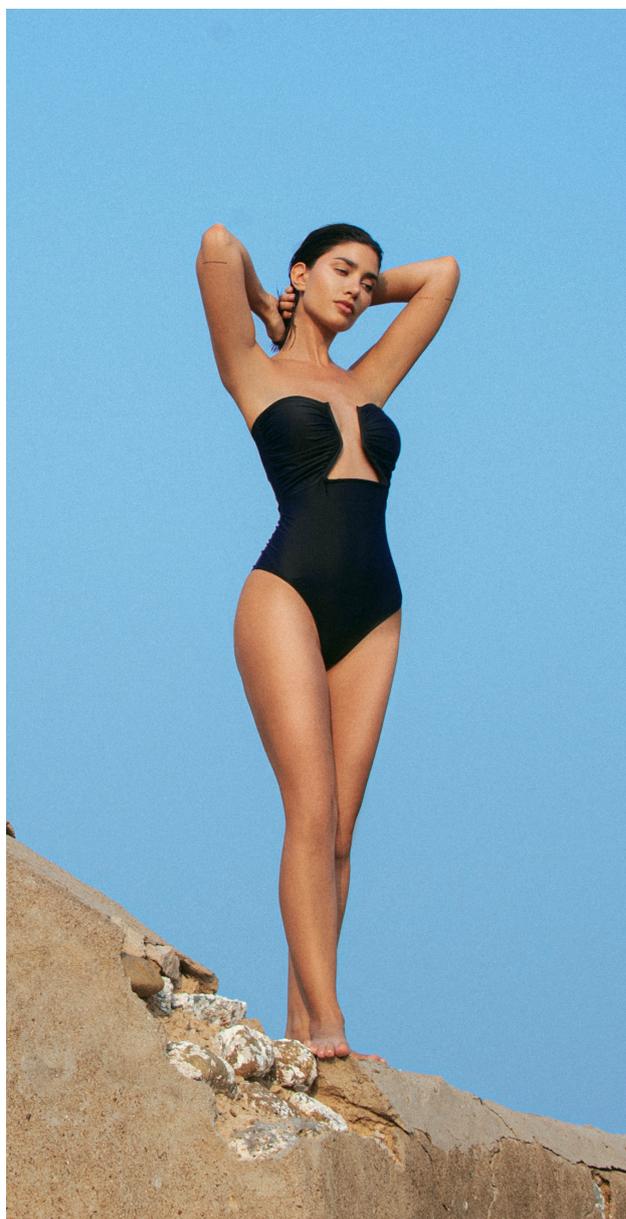
**Sur le Bain adulte**, les chaînes cv/cco, les pure players, les chaînes périphérie gagnent du terrain ; les spécialistes sport sont challengés cette année mais restent leaders.

**Une offre Bain à l'année et une progression des ventes de maillots en Hiver.**

Environ 75 % des achats de maillots de bain se font entre avril et septembre mais la saison froide gagne du terrain année après année. Les femmes, particulièrement, se laissent tenter par l'achat d'un maillot de bain en hiver. Le développement des activités sportives nautiques & Spa à l'année et la progression des destinations Soleil en hiver sont les principales raisons de ce changement de consommation.

Aujourd'hui, l'offre Bain s'affiche tout au long de l'année dans les boutiques et se renforce au moment de la mise en place des collections croisière.

Une dynamique à suivre de près ...



Nayade



**UNE ÉDITION  
ANNIVERSAIRE  
AUDACIEUSE  
ET ULTRA CRÉATIVE**

*Girls must have*

Le Salon International de la Lingerie et Interfilière Paris prennent place du 20 au 22 janvier 2024 pour **une édition anniversaire audacieuse et incontournable.**

**Soixante ans** ont passé depuis la première édition du Salon International de la Lingerie, rassemblant, années après années, acheteurs, marques, fabricants et acteurs clés du monde entier. Miroir des (r)évolutions de la société et des innovations de l'industrie, la lingerie invente et se réinvente.

Accompagnateur de tous les acteurs du marché, « Eurovet powered by WSN » propose un nouveau **programme inédit**, inspirant et énergique. En anticipant les évolutions du Retail, l'organisateur, précurseur des mutations de demain, imagine un événement résolument positif mêlant rétrospectives et visions futures.

Marques historiques et jeunes créateurs, éventails de matières d'exception, conférences et défilés sont au cœur de cet immanquable rendez-vous. En présentant **une offre large et complète du marché de l'aval et de l'amont**, le Salon International de Lingerie et Interfilière Paris portent également les valeurs d'une mode durable, prônant l'inclusion et la diversité pour encourager et soutenir ces secteurs émergents et engagés.



Mey

## UNE OFFRE SÉLECTIVE DE PLUS DE 400 EXPOSANTS

### SALON INTERNATIONAL DE LA LINGERIE :

#### 250 exposants

#### Marques créatives, jeunes labels, incontournables et leaders du secteur, ils sont tous là !

*Saeta Paris, Huit, Scandale Eco Lingerie, Lascana, Chantelle, Chantelle X, Passionata, Leonisa, Louisa Bracq, Aubade Paris, Wacoal, Freya, Fantasie, Elomi, Hanro, Simone Pérèle, Sans Complexe, Empreinte, Primadonna, Marie Jo, Andres Sarda, Dkny, Mey, Calida, Le Chat, Love To Love, Impetus, Pluto, Fila, Punto Blanco, Atelier Amour, Nette Rose, Posie, Maison Lejaby, Modibodi, Girls Must Have, Carol Coelho Intimates, Dorina, Lise Charmel, ...*

**30% de nouvelles marques** (*Fila Lingerie, Paladini, Modibodi, Carol Coelho Intimates ...*) pour une sélection de marques #lingerie #corseterie #activewear #loungewear #chaussants #homme #swimwear #wellness..

**29% de marques françaises**

**71% de marques internationales**

#### TOP 5 DES PAYS INTERNATIONAUX :

Allemagne

Italie

Turquie

Etats-Unis

Royaume-Uni

#### CHIFFRES PAR TYPOLOGIE DE PRODUITS ET UNIVERS D'IMPLANTATION :

60% de marques de Lingerie et Corseterie

23% de marques de Loungewear

7% de marques de Swim pur

10% de marques d'Activewear, Lifestyle, Chaussant

Parmi les marques de Lingerie : 38% d'entre elles présenteront également du Swim et 40% présenteront également de l'Homme.

#### 38 MARQUES JEUNES CRÉATEURS / IMPACT :

**EXPOSED** met en avant sa sélection de marques créatives sur tous les secteurs (chaussant, activewear, swimwear...) ainsi que wellness et beauté, qui réinterprètent les codes du style, mêlant jeunes talents et marques établies dans une démarche résolument novatrice. Une vision internationale sur les tendances de demain.

**30 marques :** *Atelier Amour, Cadolle, Dora Larsen, Nette Rose, Posie, Her Senses, Fleur of England, La Nouvelle, ... et de nouvelles marques comme Girlfriend Collective, Sœur Tokyo, Aromatique ou Bonne Maison.*



Dessous Paris

Le Salon International de la Lingerie s'associe à **ULULE** et accompagne le lancement de projets lingerie et beachwear grâce au crowdfunding.

**12 marques :** *Bad Biche By Lou Manesse, F'latté, Kallisto Mama, Maheyeni, Mamanoa, Miyesis, My Joy, Perdième, Sensée, Ecaïles Swimwear, Noumi Swim, Eleganteazy, The French Unicorn.*

**INTERFILIERE PARIS**, l'unique rendez-vous international des matières et accessoires pour les marchés de la #lingerie #swim et #sport, accueille près de **170 fournisseurs exposants** sur ces différents secteurs #fabrics #lace #embroidery #accessories #textile designers #fibers #manufacturing.

*Grupo Madolaz, Marcel Liebaert Nv, Cintas Martell, S.L, Willy Hermmann, Haemmerle & Vogel, Forster Rohner, Tianhai Lace, Sakae Lace Hk Ltd, Femina*

*Lace, Rimteks, Rocle By Isabella, Bischoff Gamma Co., Ltd, Bikini Beach Concept, Inter- Spitzen, Seram Odea, Sanko Tekstil, Preformatex, Iluna Ripa, Innova Fabrics, Muehlmeier Gmbh, Jean Bracq, Art Martin, Thai Takeda Lace, Grobelastic Sa, Jabouley Sa, Acundis, Union Ag, Les Tissages Perrin, Penn Italia Srl, Bugis, Sophie Hallette, Boselli & C. Srl, Michele Letizia S.P.A, Innotex Merkel & Rau Gmbh, Noyon Lanka, Maison Leveque, Indesmalla Sa...*

**44 % d'exposants Européens**  
**56% d'exposants internationaux**

**RÉPARTITION PAR UNIVERS D'IMPLANTATION :**

**Accessoires : 25%**

**Tissus : 25%**

**Dentelle : 22%**

**Broderie : 13%**

**Fabrication / Confection : 12%**

**Textile Designers : 3%**



Posie

## UNE SCÉNOGRAPHIE ARCHITECTURALE VITAMINÉE

La nouvelle scénographie, signée par le Studio Costa-Molinós, a été pensée pour orienter, guider et provoquer de l'émotion. Avec son langage architectural, ce duo créatif offre une nouvelle expérience de visite. Prisme chromatique, géométries vitaminées et ondes colorées viennent rythmer le salon en créant un dialogue entre les différents espaces et univers. Inspirée par la couleur, la scénographie du salon impulse une nouvelle énergie.

## UNE NOUVELLE ZONE WELLNESS ET DES ANIMATIONS INÉDITES

Dans une volonté d'élargir l'offre et la typologie de produits, le Salon International de la Lingerie présente sa nouvelle zone wellness pour plus d'harmonie entre le corps et l'esprit. Une quinzaine de marques exposent et apportent une réponse aux marques et aux boutiques en symbiose avec l'univers de la lingerie.

**7 marques** : Baubo, Biird, Lov not war, Maison Plouf, Überlub, Women Essentials, Wumi Intimate Care.

**Dans le Podcast Terres Intimes**, Juliette Cervera interviewe des personnes sur leur intimité. Ensemble, elles parlent avec joie et conscience de terre intérieure, d'amour de soi, de plaisir, de sensualité, de corps et de rapport au monde. Sur le salon, sous un format de talk et de tables rondes, Juliette enregistre 3 nouveaux épisodes par jour.



Elomi

**Un Bar à Collagène** avec de nombreuses autres boissons healthy.

**Douceurs gourmandes et véganes par Luna Création** - Végétales, naturellement sans gluten, biologiques et brutes, ces Lunes s'imposent en s'émancipant hors du cadre traditionnel de la pâtisserie. À découvrir et à déguster pendant 3 jours sur le salon.

## LES INCONTOURNABLES SHOWS

Le Salon International de Lingerie, accompagné par Ato Agency, lève le voile sur les grandes tendances de l'hiver 24/25 dans un nouveau format de défilés ultra-créatifs.

3 défilés par jour :

**11h00** : Elevating Beauty : une mise en lumière élégante de détails raffinés et de luxueux ornements.

**14h00** : Rhyming colours : une ode aux couleurs vibrantes et aux designs géométriques

**16h00** : The Selection - les it-produits et les pièces phares de la saison (tous les jours sauf lundi)



Défilé SIL 2023

## UNE SOIRÉE ANNIVERSAIRE INÉDITE, SAMEDI 20 JANVIER SOIR

Le Salon International de la Lingerie organise pour son 60e anniversaire, une soirée pleine de surprises et un show inédit retraçant les plus belles évolutions et innovations autour de pièces iconiques.

## DE NOUVELLES CONFÉRENCES HAUTEMENT INSPIRANTES

Véritables temps forts du salon, les conférences offrent un décryptage inédit des tendances produits, matières, marché et sociétales. A ne pas manquer !

### SAMEDI 20 JANVIER

**12H** Innovations Textiles : Décryptage des avancées & terrains à conquérir

**15H** 60 ans d'inspirations et de révolution du secteur

**17H** Le Sous-vêtement Masculin : état des lieux d'un marché mode en devenir

### DIMANCHE 21 JANVIER

**12H** Production textile en 2024 : relocalisation, innovation et partenariats

**15H** Focus Retail : 10 conseils pratiques de boutiques affirmées - Table Ronde

**17H** Conférence Tendances Interfilierie Paris Winter 25-26, Going Beyond de Jos Berry de Concept Paris

### LUNDI 22 JANVIER

**10H** Traçabilité : transparence & preuve, embarquement des fournisseurs, quelles solutions adaptées ?

**13H30** Les Top 5 des Tendances Hiver 24-25 Lingerie, Activewear & Homewear

**15H** Table Ronde Consommatrices : la mutation des tendances d'achat

## UNE EXPOSITION MODE TOURNÉE VERS L'AVENIR

Le Salon International de Lingerie offre une nouvelle approche des tendances en présentant **une exposition de pièces iconiques et avant-gardistes**. Elle a pour vocation, d'inspirer, d'étonner et de projeter les visiteurs dans un secteur en perpétuelle évolution, riche de savoir-faire, d'innovations et de créativité.

### ET AUSSI ...

**Une librairie féministe et engagée ouvre ses portes dans la zone Exposed .**

**Un livre et une tasse de thé**, la librairie féministe et salon de thé située dans le 10ème arrondissement à Paris investit le Salon. Une jolie sélection de livres, d'auteurs et de maisons d'édition indépendantes à découvrir.

**Convivialité et networking de qualité au restaurant Fenouil**

La cantine de saison Fenouil offre un service à table avec ses plats réconfortants, gourmands et sains. Un point de vente à emporter Fenouil est également présent sur la zone Exposed.



Belty

## INTERFILIÈRE PARIS, DE NOUVELLES ÉNERGIES

De son côté, Interfilère Paris casse les codes en présentant **un nouvel espace savoir-faire, développé par l'œil expert de Pascal Gautrand**, pour offrir un nouveau regard sur les matières. Au-delà de sa nature de forum, ce nouveau format événementiel célèbre l'excellence et le savoir-faire, l'importance de la technique et du détail, et un engagement inébranlable envers l'innovation.

## UN ESPACE POUR 3 GRANDES THÉMATIQUES

3 terrains d'expression avec une sélection exceptionnelle d'échantillons et de produits finis, une approche culturelle, artistique et innovante en partenariat avec la compagnie de danse Furinkai sous la direction de Satchie Noro et un contenu éditorial informatif et pédagogique unique.

Chaque chapitre du Forum des Savoir-faire est une invitation à plonger dans un univers unique, où la création, l'histoire et l'innovation se rencontrent dans une harmonie enchantée.

**#1 Natural Elegance** Dans ce chapitre, c'est une véritable épopée sensorielle où le lin européen, certifié European Flax™ et tricoté avec grâce, devient le fil conducteur d'une élégance naturelle. Chaque fibre raconte une histoire millénaire, de champs baignés par le soleil aux ateliers où naît la finesse : le charme de l'authenticité, où l'écoresponsabilité et la beauté intemporelle se marient en une danse envoûtante. Les nuances subtiles, issues de teintures à base de colorants naturels, ajoutent une symphonie de couleurs, célébrant la rencontre harmonieuse entre la nature et la création. Cette élégance naturelle se décline également dans le bien-être des sous-vêtements et du loungewear, offrant une expérience sensorielle et esthétique qui caresse la peau et apaise l'esprit.

Avec les témoignages de:

- Frédéric Vernez, Atelier Pile Couleurs
- Aurore Thibout, Designer textile
- Alliance for European Flax-Linen & Hemp

**#2 Weaving Heritage** Sous la lueur des métiers à tisser, la découverte du tissage d'un héritage pluricentenaire. Dans ce chapitre, les fils entrelacés révèlent le patrimoine textile lyonnais, où est inventé en 1801 le métier à tisser Jacquard, ainsi nommé d'après l'inventeur lyonnais Joseph-Marie Jacquard (1752-1834), devient le langage secret des émotions. Les échos du passé résonnent dans chaque motif, chaque pli, nous transportant dans une histoire tissée par le temps, où la peau



Nette Rose

devient une véritable trame vivante. Les dentelles de Lyon ou Leavers de Calais-Caudry®, elles aussi tissées à travers la magie du jacquard, ajoutent une dimension féérique à cette trame artistique, capturant la délicatesse dans chaque motif. Cette trame, envoûtante et raffinée, évoque également la sensualité intemporelle de la lingerie, où chaque dentelle devient une promesse de féminité et d'élégance

Avec les témoignages de:

- Laurence Bernard, Les Tissages Perrin
- Julien Bracq, Jean Bracq
- Jean-Laurent Perrin, Les Tissages Perrin

**#3 The Art of Stretch** Dans le royaume de l'extensibilité, le textile devient une danse avec le corps. À la découverte de l'extensibilité, des textiles techniques, et des gestes. Comment la technologie, qu'elle soit tricotée ou tissée dans chaque fil, transforme le vêtement en une seconde peau dynamique. Cette histoire célèbre une fusion harmonieuse entre performance et style, où sportswear et swimwear incarnent la liberté. Chaque couture devient une œuvre d'art en mouvement, capturant l'énergie et la vitalité dans chaque fil. L'esthétique moderne rencontre la grâce dans cette symphonie, où le mouvement devient une expression naturelle de la liberté et de l'élégance.

Avec les témoignages de:

- Laurence Bernard, Les Tissages Perrin
- Fabio Cescon, Innova Fabrics
- Satchie Noro, Compagnie Furinkai
- Jean-Laurent Perrin, Les Tissages Perrin

## PHAENOMENA : L'EXPLORATION TEXTILE EN MOUVEMENT

Pour sa 12e création, la Compagnie Furinkai, sous la direction artistique de Satchie Noro, s'apprête à dévoiler Phaenomena au printemps 2024. Ce spectacle marque la continuité du travail novateur de Noro sur les objets-agrès et les circonstances à danser, fusionnant le mouvement avec des contextes scénographiques.

En collaboration avec Aurore Thibout et Silvain Ohl, elle plonge dans une exploration sans précédent de la matière textile, inspirée par les gestes de la fabrication du textile. Ce projet ambitieux vise à déployer, sous des formes diverses, les pouvoirs d'interaction entre le textile, la fibre, les fils, le mouvement, et l'expression des corps.

En exclusivité pour Interfilère Paris et en collaboration avec une sélection d'exposants du salon, Phaenomena promet d'être une expérience sensorielle unique, où la danse et le textile fusionnent pour créer une œuvre d'art cinématique captivante.

Ce forum nouvelle génération, est en partenariat avec Alliance for European Flax-Linen & Hemp, association loi 1901, qui fédère depuis plus de 70 ans, tous les acteurs et tous les stades de production de la chaîne de valeur du lin et du chanvre européens. Expression solidaire d'une filière ambitieuse, dans un marché mondialisé, elle encourage le dialogue avec les pouvoirs publics européens et crée un environnement favorable à la compétitivité des entreprises.



La Nouvelle

À ne pas manquer, les talks « **Savoir-Faire** » animés par **Pascal Gautrand**, expert filière, formateur **Alliance for European Linen-Flax & Hemp**.

### SAMEDI 20 JANVIER

**12H** : Le patrimoine textile lyonnais : soie et jacquard – En compagnie de Jean-Laurent Perrin, Les Tissages Perrin et Julien Bracq, Jean Bracq

**16H**:Le Futur de la teinture naturelle – En compagnie de Sandrine Rozier, designer costumes et textile, spécialiste des teintures naturelles, David Godinaud, dirigeant Alliance Machine Textiles dédiées à la teinture naturelle, fabricant de la machine à teindre, Isabelle et Patrick Brenac, développeurs de colorants naturels et Marie-Angèle Bongars, France Teinture.

### DIMANCHE 21 JANVIER

**12H** : Le Lin Européen, Calme, Luxe et Volupté – En compagnie de Marion Lemaire, fondatrice de Splice (exposant IMPACT) et Renaud Lampaert, fondateur de Ta-cT (exposant SIL/Exposed)

**16H** : Les Gestes de la Fabrication : Compagnie Furinkai – En compagnie de Statchie Noro, chorégraphe, Wafa Abida, Docteur en Art et Science de l'AR et Aurélie Thibout, designer costumes et textile, spécialiste des teintures naturelles, en résonance avec la performance de la compagnie Furinkai sur le Forum Interfilère.

De plus, **Jos Berry de Concept Paris** orchestre également sa vision des futures tendances avec **sa sélection experte d'échantillons textiles** sur le Forum Évolutions 2025.

Ce forum sur les matières est influencé par l'évolution des différents styles de vie et des nouveaux portés lingerie. Incontournable du dressing féminin, se déclinant de tenues sportives aux pièces de prêt-à-porter, la lingerie se veut multiple. Ce forum décline 5 orientations colorées et optimistes pour présenter les évolutions 2025.

**Wonderland** – place au plaisir et à la joie ! Pique-nique dans un paysage rêvé où les éléments de la nature sont légèrement hors proportion. Les habituelles touches romantiques de broderies, dentelles et mailles sont repensées pour être choyées et admirées.

**Fantasia** – qu'il s'agisse de corseterie, de swimwear ou de homewear, ces coloris soulignent le raffinement, la modernité des matières et des fibres technologiques auxquelles s'ajoutent de formidables nouvelles fonctionnalités.

**Dreamscape** – ambiance lunaire comme une invitation à sortir des sentiers battus, en particulier pour les dentelles et broderies. Pour les collections d'athlisure, de nouvelles alliances de couleurs associées aux nuances douces.

**Playground** – vêtements de loisirs, streetwear et beachwear s'alignent pour un vestiaire multi-usage à l'image d'un véritable mode de vie nomade, centré sur les priorités estivales : être dehors, privilégier la vie de famille, jouer ensemble et voyager léger.

**Memory Lane** – le phénomène Boho n'a pas disparu. L'alliance d'artisanat, de rétro et de touches culturelles continue d'influencer l'univers du style, y compris en Asie.

Pour en savoir plus, rendez-vous le 21 janvier 2024 à 17h – zone défilé. Conférence « **Going Beyond** » de Jos Berry de Concept Paris.



Love and Swan



**HAPPY BIRTHDAY  
SALON  
INTERNATIONAL  
DE LA LINGERIE !**

## 60 ANS DE LINGERIE

La Lingerie est une photographie de son époque. Elle épouse toutes les transformations sociales et les révolutions féminines. Véritable curseur de l'histoire, la lingerie met en lumière au fil des époques le désir, la séduction et la confiance en soi. Elle a toujours été un emblème de l'émancipation des femmes. Du dessous que l'on cache, à celui que l'on montre, du produit utile à l'accessoire de mode, des dentelles aux armatures, du corset au modèle sport, la lingerie se fait plurielle à l'image de la femme contemporaine.

Suivant les mouvements artistiques de chaque époque, la lingerie a toujours été au cœur de la création. Dans l'art photographique des années 1970-80, Guy Bourdin ou Helmut Newton ont sublimé le corps de la femme comme objet de désir et de puissance.

## RETOUR SUR 60 ANS DE LINGERIE PAR CATHERINE ÖRMEN

«On pourrait donner un mot-clé par décennie pour résumer les grandes étapes survenues en 60 ans dans l'histoire de la lingerie féminine.

**Pour les années 1960, c'est le mot JEUNESSE** qui a marqué l'Histoire. Cette décennie, qui voit s'ouvrir le premier Salon de la lingerie, est celle des enfants du baby-boom, des adolescents qui sont parvenus en âge de consommer, qui ont de l'argent de poche et qui, jusqu'alors, n'avaient jamais intéressé la mode. Tous ces jeunes vont imposer leur image et leurs désirs. Le système de la mode va s'en trouver bouleversé : depuis Louis XIV jusqu'aux années 1960, la mode était avant tout un moyen de se placer dans la société, d'affirmer son statut social. Et évidemment, paraître riche était un idéal, même si on recourait pour cela à de nombreux subterfuges. À partir des années 1960, la mode ne va plus servir à paraître riche, mais à paraître JEUNE. Sommes-nous sortis de ce diktat, de cette ETERNELLE JEUNESSE ?

La lingerie des années 1960 s'adapte donc aux besoins et aux envies des jeunes filles: elle s'allège et s'assouplit. On est ainsi bien loin de la constriction exercée par les sous-vêtements de la pin-up de la fin des années 1940 et des années 1950. Durant les sixties, en effet, la silhouette est aux antipodes du New-Look de Christian Dior : toujours aussi mince certes, elle diffère cependant par sa platitude. L'idéal des années 1960 est presque androgyne. La poitrine est menue et très haut placée. La taille qui quelques années plus tôt se sanglait dans des serre-taille ou des guêpières, n'est plus du tout marquée sous les mini robes trapèzes aux imprimés psychédéliques. Quant à la jolie combinaison ornée de dentelle, qui a fait les riches heures des années 1930 et qu'on confond aujourd'hui avec une nuisette, elle n'a plus sa place sous les pantalons. Les années 1960 signent son arrêt de mort. Elle disparaît.



Le Chat



Aubade 1960



Simone Pérèle 1965

L'élasthanne, inventé en 1959 par DuPont de Nemours et commercialisée sous le nom de fibre Lycra®, va bouleverser la notion de confort et révolutionner le savoir-faire des corsetiers. Ils imaginent des formes nouvelles à l'instar du panty : gainant le haut des cuisses, le panty sert à fixer les bas avant l'apparition des collants en 1965. Le prêt-à-porter se généralise et le panty accompagne l'essor de la minijupe et du pantalon.

Enfin, pour séduire cette jeunesse qui consomme toujours davantage, la lingerie se décline en « parures » (soutien-gorge et culotte assortie) qui se colorent dans toutes les nuances de l'arc-ciel. Après mai 1968, selon le célèbre slogan, « il est interdit d'interdire », tout est donc permis !

Les parures de lingerie coordonnées et très colorées des années 1960, vont laisser la place à des sous-vêtements invisibles, impalpables et très techniques au début des années 1970.

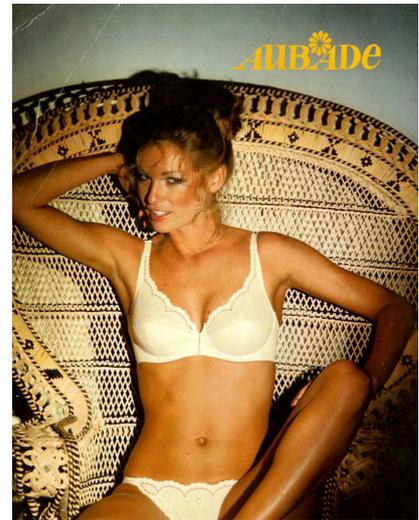
**Les années 1970 sont celles de la LIBERATION SEXUELLE.** Les jeunes du baby-boom sont parvenus à l'âge adulte. Ils ont fait voler en éclats les cadres trop rigides de la société et voué un culte à la liberté. Liberté du corps d'abord avec pour corollaire la liberté sexuelle, marquée par l'obtention de la contraception (1967) et la loi sur l'IVG (1975). Liberté par rapport à tous les carcans et conventions du passé dont on s'affranchit : il n'y a plus de bon ou de mauvais goût, les habits du dimanche sont jetés aux orties, remplacés par le sportswear, par le jean et d'autres tenues unisexes...

L'émancipation féminine, subitement, avance à grand pas. Les féministes font du soutien-gorge le symbole de la domination masculine et, si certaines les brûlent en place publique, la majorité ne renonce pas à en porter. Car, comme la gaine que l'on revêt sans le dire, le soutien-gorge contribue à la définition d'une silhouette jeune et élancée. Tel est l'idéal de beauté du moment. La lingerie sur-mesure s'étirole et disparaît, mais les fabricants industriels s'adaptent encore une fois en proposant des modèles techniques, légers, invisibles même.

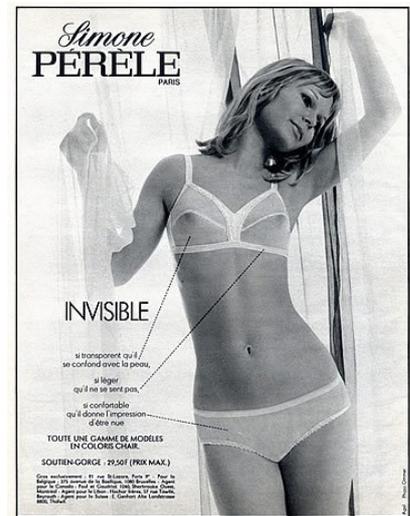
Puis, le succès planétaire du film *Emmanuelle*, de Just Jaeckin (1974), influence d'une manière évidente les stylistes de la lingerie. Les soutiens-gorge et les culottes deviennent « romantiques » en se couvrant de broderies anglaises ingénues et de dentelles blanches, une vogue par ailleurs cohérente avec les tendances « rétro » de la mode vestimentaire.

Vient ensuite un phénomène sociétal, l'invasion du sport, jogging d'abord, suivi par l'aérobic. C'est une véritable révolution qui s'opère dans le rapport même que l'individu entretient avec la pratique physique. En effet, le jogging se pratique partout, au pied de son immeuble comme en pleine forêt, quels que soient le temps ou l'heure, d'où sa popularité immédiate. Et le corps, - le corps musclé -, bientôt, va devenir l'objet d'un véritable culte...

**C'est le CORPS TRIOMPHANT des années 1980!** Il est musclé, façonné par les régimes alimentaires, le sport, le body-building, le culturisme, les cosmétiques, la chirurgie esthétique, et en un mot par la volonté. La mode est à la mode. Ce secteur, en pleine euphorie, façonne ses propres idoles, les top models. Une véritable dictature des apparences s'instaure : il faut être jeune, en bonne santé, bronzé, il faut avoir un corps mince, musclé, tonique. En résumé, le corset est devenu mental.



Aubade 1976



Simone Pérèle 1970



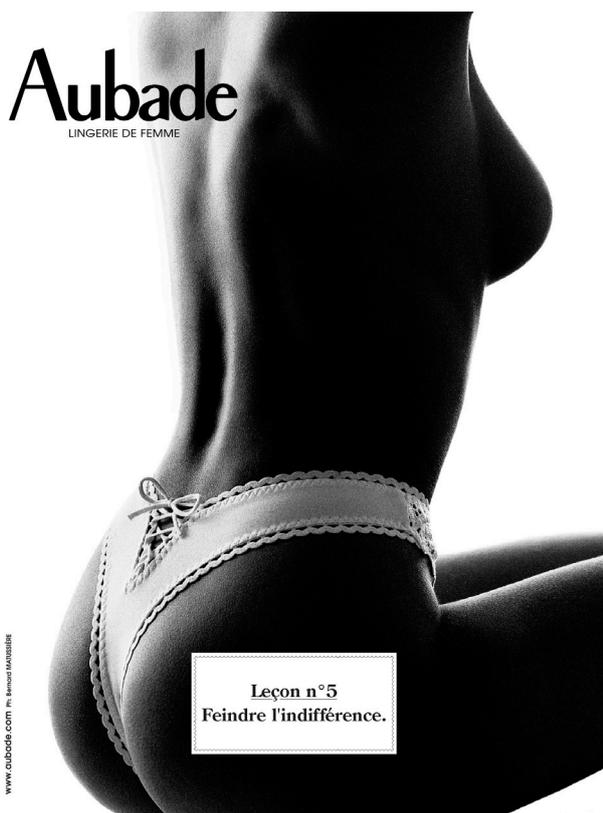
Le Chat 1981

S'impose alors le mythe de la **SUPERWOMAN**, aux épaules naturellement larges, (et encore élargies par les énormes paddings de Thierry Mugler), aux interminables jambes juchées sur de vertigineux stiletos. Séductrice, ravageuse, la superwoman réussit tout ce qu'elle entreprend (vie professionnelle, amoureuse, maternité, etc.). Son corps parfait s'expose, la nudité n'est plus taboue, ni sur les plages pour s'adonner au culte du soleil, ni au cœur des villes sur les affiches publicitaires. Cette féminité triomphante se traduit par les célèbres « leçons de séduction » d'Aubade, ou par la multiplication de clichés qui se chargent d'érotisme.

Dans le sillage de la mode, la lingerie devient particulièrement exubérante. Elle n'hésite pas à passer dessous-dessus, comme le fait par exemple le body. Elle aussi consacrée à la vogue post-moderne, elle se nourrit d'éléments du passé, revisite corsets, guêpières et porte-jarretelles d'antan. Elle est faite pour se métamorphoser, pour se transfigurer, pour se plaire, et éventuellement pour plaire ensuite à un partenaire. Il ne s'agit donc plus d'une lingerie constrictive que l'on subit, mais bien d'un accessoire de mode, très ludique, que l'on porte pour transformer temporairement sa silhouette, à l'instar du wonderbra. En un mot, la lingerie n'est plus là pour façonner la silhouette, mais pour contribuer à son embellissement. C'est l'élément dans lequel on se sent bien, l'arme secrète qui donne confiance en soi. On le sait maintenant, la wonderwoman est un mythe.

**Les années 1990** l'ont bien vite oubliée. A l'orée de cette décennie, la crise économique et le SIDA plombent les esprits et entravent la sexualité, tandis que le grunge réduit à néant les ambitions de la mode. On se recentre désormais sur la bulle de l'environnement immédiat, sur le confort, la douceur. Des pratiques moins agressives (yoga et stretching notamment) remplacent le sport à outrance, et dans les cosmétiques comme dans la lingerie, il n'est plus question que de nude, de protection et de soin. On prend soin de soi, de sa peau, qui est, pour la mode, l'un des derniers territoires encore vierges. Tatouages, piercings, brandings et autres marquages corporels viennent singulariser l'individu et souligner des parties du corps qui jamais n'avaient été exposées aux regards (le bas des reins par exemple, que découvrent les pantalons taille basse et qu'ornent les strings). Ces pratiques, si elles ne sont pas nouvelles, ont jusque-là toujours été cachées. Elles se révèlent désormais au grand jour, comme s'il s'agissait de compenser l'atonie et l'uniformité de la mode vestimentaire.

La lingerie des années 1990 est donc conçue comme une seconde peau grâce aux microfibres qui la rendent d'une douceur inégalable. Elle se décline dans des coloris nude et elle est même susceptible de s'orner de tatouages! Le slogan de ces années cocooning est : « la beauté vient de l'intérieur », à chacun d'exploiter son « capital-beauté » !



Aubade 1993

Et c'est précisément ce qui s'annonce enfin avec le XXI<sup>e</sup> siècle et **la montée en puissance de l'individu : une plus grande DIVERSITÉ et plus D'INCLUSIVITÉ**. Mondialisation et révolution internet ont en quelques années aboli les frontières géographiques et culturelles. De nouveaux canons de beauté, de partout, ont surgi, qui ont une nouvelle fois conduit le secteur de la lingerie à s'adapter, à s'ouvrir toujours davantage sur le monde. Or, dans ce vaste monde, tout individu est désormais susceptible de devenir un trend-setter. Chacun peut émettre un avis, sanctionner ou aduler, définir ce qu'est le bon goût et où se situent les frontières de la pudeur. Mais c'est surtout le phénomène MeToo qui a impacté la lingerie : dès 2006, il a contribué à redéfinir les contours de la féminité en posant des limites aux jeux de la séduction. Respect et circonspection à l'égard de la femme et de ses représentations, sont plus que jamais à l'ordre du jour.

Comme dans la mode, les collections de lingerie n'ont cessé de se multiplier, de se diversifier pour anticiper sur les désirs des femmes du monde entier et mieux y répondre. Des prouesses technologiques ont été accomplies, de nouveaux produits (culottes menstruelles) et de nouvelles matières susceptibles par exemple de sculpter le corps en douceur ont vu le jour. Cela a aussi permis d'élargir le panel des tailles, en vue d'obtenir un confort optimal, quelle que soit la morphologie.

Aujourd'hui, qui que l'on soit et où que l'on soit, il est possible de se procurer la lingerie dont on rêve, presque sur mesure. Et parce que la lingerie touche la part la plus intime de l'individu, elle ne doit pas être nocive, ni pour nous bien sûr, ni pour ceux qui l'ont fabriquée. À tous les stades de son élaboration, elle doit donc respecter l'environnement dans lequel elle est produite, autant que celui où, un jour, elle sera reléguée. »

### **Catherine Örmén**

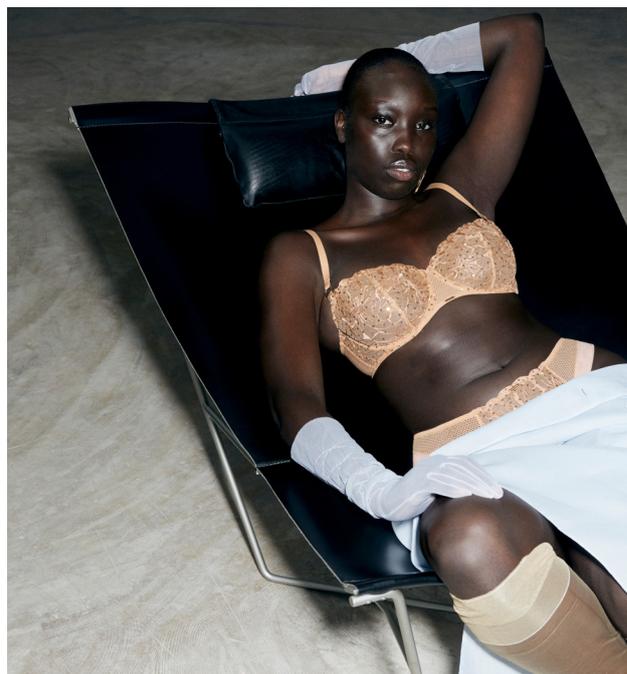
Historienne de la mode, auteure et commissaire d'expositions

**FOCUS ! DE 2018 À NOS JOURS, LA LINGERIE CASSE LES CODES ET N'A PAS FINI DE NOUS ÉTONNER ! #METOO, CRISE SANITAIRE, RETOUR DE L'ULTRA SEXY, REDÉFINITION DU SHAPEWEAR ...**

Avec le repli sur soi né de la crise sanitaire et sa recherche de confort, la pudeur post-MeToo, le retour de l'ultra-sexy ou le boom du marché de la culotte menstruelle, la lingerie n'a jamais été aussi multiple... à l'image de toutes les femmes d'aujourd'hui.

C'est l'avènement de la dichotomie féminine. Les femmes n'ont pas envie de rester figées dans une seule posture. Elles sont plurielles et fières de l'être. Libres d'afficher ou non leurs kilos en plus ou en moins, libres de se sentir belles dans une lingerie pensée pour elles, libres d'être forte ou faible, fatale ou normale, libre de rêver...

Les femmes misent sur l'audace tout en recherchant une certaine forme de confort : nouvelles découpes ou jeux de transparence, de nouvelles sensualités voient le jour. Elles n'ont jamais aussi bien maîtrisé leur pouvoir de séduction, une séduction féministe ! Les fantasmes des hommes ne dictent plus les campagnes de publicité des grandes marques de lingerie ni les choix des femmes. Elles souhaitent se faire plaisir et se plaire avant tout ! À l'écoute de leur clientèle et à la conquête de nouvelles cibles de consommatrices, les maisons de lingerie racontent de nouvelles histoires, choisissent de nouvelles égéries à fort caractère ou affichent un message fort. Les terrains de jeu de communication des marques de lingerie se multiplient, les lignes bougent... Elles n'ont pas terminé de nous surprendre pour séduire les nouvelles générations!



Chantelle

## DÉCRYPTAGE

### Questions et réponses à 5 expertes pour célébrer les 60 ans du Salon International de la Lingerie :

#### NELLY RODI

Fondatrice de l'agence de conseil éponyme.

- Le Salon International de la Lingerie fête ses 60 ans en janvier 2024. Quelles sont pour vous les grandes évolutions qui ont marqué ces 60 dernières années ?

- **N.R.** : Je me souviens très bien des années 60 où nous portions porte-jarretelles, gaines, soutien-gorges aux bonnets formés, combinaisons, chemises de nuit, robes de chambre feutrées... Puis les années 70 sont passées par là avec l'arrivée des collants sous les mini-jupes, la libération de la taille, le corps en mouvement, le jazz, le rock and roll...

Ce sont les années 80 qui ont amené, avec la liberté de la femme, la lingerie libérée, sexy où les transparences et les dentelles trouvent leur apogée. Comment ne pas se souvenir de Dita Von Teese, Madonna et les bas qui tiennent tout seul : les DIM up ?

Puis dès les années 90, le sport et le corps entraîné révolutionnent les matières et la notion de confort. Depuis les années 2000/2010, ces courants sport/ sexy perdurent et coexistent en même temps, dans une belle dualité, avec un point commun cependant : celui de l'éco-responsabilité qui devient un passage obligé pour le consommateur. Je suis personnellement (mais c'est dû à mon âge :D ) frappée par l'impudeur qui domine dans les années 2020.

Le corps (je devrais dire les corps) est aujourd'hui assumé dans ses formes, son poids, sa couleur de peau, sa sexualité... Tout est possible. La liberté est enfin là !

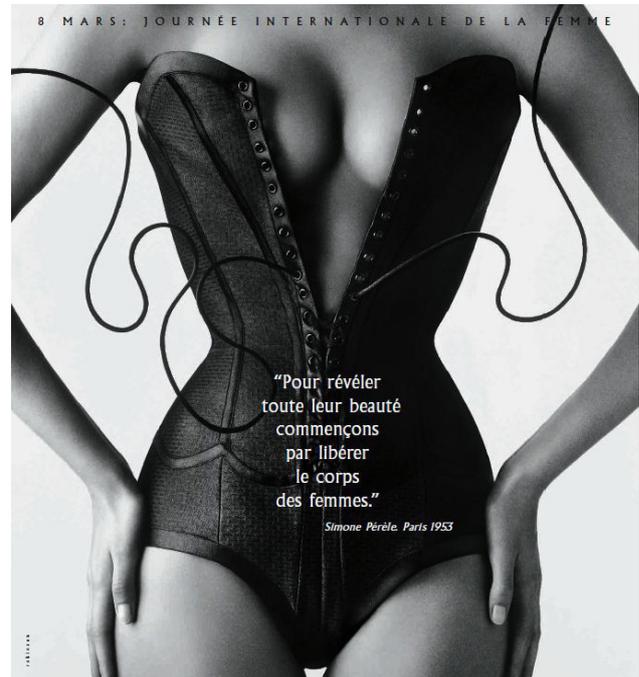
Vive la séduction et très bon anniversaire au Salon International de la Lingerie !

- Plus spécifiquement depuis 2017, après la pudeur post-MeToo, le repli sur soi né de la crise sanitaire, le retour du sexy, l'explosion du marché de la culotte menstruelle ... Qu'est-ce qui vous semble le plus marquant dans l'univers de la lingerie et pourquoi ?

- **N.R.** : L'explosion de la culture Drag et sa popularisation sous l'impulsion de RuPaul et de toutes les Queens qui, de par le monde, ont fait exploser les codes du sexy avec beaucoup de talent, d'humour, de diversité, de fierté et de travail.

- S'il fallait nommer une marque ou une femme qui vous a marqué dans l'univers de la lingerie, qui serait-elle et pourquoi ?

- **N.R.** : Kim Kardashian. Qu'on l'aime ou qu'on la déteste, elle incarne une nouvelle forme de féminité qui inspire des millions de femmes et sa marque Skims est un réel succès international.



Créatrice de Lingerie Simone Pérèle fait partie de ces femmes avant-gardistes des années 50 qui ont contribué par leur talent et leur savoir-faire à la libération des femmes et à l'affirmation de leur personnalité.

La beauté a sa légende **SIMONE PÉRÈLE** PARIS

Simone Pérèle



Wacoal Défilé Ultra 2009

## MAÏA MAZAURETTE

Autrice et chroniqueuse sur France Inter, spécialisée dans les questions de sexualité.

### - Le Salon International de la Lingerie fête ses 60 ans en janvier 2024. Quelles sont pour vous les grandes évolutions qui ont marqué ces 60 dernières années ?

- **M.M** : Je vais répondre de manière simple à votre question absolument vertigineuse : on est passés d'UNE femme à DES femmes. C'est d'ailleurs une des exigences fondamentales du féminisme : pouvoir faire ce qu'on veut, pouvoir être qui l'on veut. À ce titre, plus question de se fondre dans "un" corps parfait avec une taille étroite et des bonnets pointus (même si on peut adorer ce côté vintage) : on se réinvente chaque jour, en embrassant plein d'identités différentes. Il y a la femme qui travaille et qui a besoin d'irradier la confiance, celle qui rentre cocooner à la maison, avant d'aller au sport, de voir ses copines, de sortir en rendez-vous galant. Et au cours de sa vie, cette femme va avoir ses règles, tomber enceinte, peut-être tomber malade... Il a fallu que la lingerie puisse s'adapter à toutes ces réalités. Ça paraît énorme comme changement, mais le défi est relevé ! Espérons qu'on puisse maintenant en faire autant pour les hommes: même si l'industrie de la lingerie produit des choses formidables, on voit bien que du côté de la demande, il y a un blocage psychologique. On attend toujours l'émancipation masculine, elle sait nous faire patienter... mais moi, j'y crois !

### - Plus spécifiquement depuis 2017, après la pudeur post-MeToo, le repli sur soi né de la crise sanitaire, le retour du sexy, l'explosion du marché de la culotte menstruelle ... Qu'est-ce qui vous semble le plus marquant dans l'univers de la lingerie et pourquoi ?

- **M.M** : Ce qui m'a le plus marqué, c'est le no-bra, qui a produit deux tendances complémentaires : à la fois une demande accrue de simplicité et de confort pour la vie de tous les jours (en tant que femme, je peux vous assurer qu'on a bien mérité ce confort-là, qu'on retrouve par exemple dans les brassières)... et pour les jours "où on sort", une demande accrue d'extravagance, avec des motifs, des rubans, des matières incroyables. Ça nous rappelle à quel point dans l'histoire, tout n'est que balancier : une situation produit tout de suite son contraire. On va vers un élargissement constant des possibles : à ce titre, la pandémie aura aussi été une opportunité (au milieu d'énormément de choses malheureuses et que je n'oublie évidemment pas).

### - Aujourd'hui, on parle de plus en plus d'inclusivité. La représentation de la femme et surtout du corps est-elle réellement en train de changer ?

- **M.M** : C'est manifeste : le corps auquel les jeunes femmes aspirent a énormément changé en une génération à peine. Il y a un monde entre Kate Moss, Laetitia Casta et maintenant Kim Kardashian. Ce nouvel idéal est à la fois plus musclé et plus galbé que la version classique avec laquelle j'ai grandi (incarnée en lingerie par les publicités Aubade) : si on veut parler en terme de symbolique, la mode est à un corps de femme à la fois plus masculin et plus féminin. Mais bien sûr, les cartes sont rebattues par l'émergence de toute une catégorie de jeunes qui ne se reconnaissent pas dans les normes femme / homme. On vit une époque paradoxale, où il faut parler à la fois aux fans de Beyoncé et aux fans d'Elliot Page ! Pour le monde de la lingerie, c'est un véritable défi : comment être inclusif en incluant tout le monde ? Avant, on ne parlait que des tailles... mais aujourd'hui, il faut penser à tous les âges, toutes les couleurs, aux personnes en situation de handicap, aux personnes qui ont survécu par exemple à un cancer du sein - et puis aux personnes trans et non-binaires. C'est compliqué, mais en terme de potentiel créatif, c'est assez génial ! Il faut voir le bon côté des choses (même quand on a un peu la migraine à force de penser à tout) !

### - S'il fallait nommer une marque ou une femme qui vous a marqué dans l'univers de la lingerie, qui serait-elle et pourquoi ?

- **M.M** : Fidèle à ma passion pour le monde de l'érotisme, je suis une grande fan de la marque Maison Close, à la fois terriblement sexy et très simple dans les lignes... preuve qu'on n'est pas obligé de mettre des fanfreluches dans tous les sens pour "faire sexy".



Girlfriend Collective

## BÉNÉDICTE FABIEN

Consultante en stratégie de marque, image et tendances.

- **Le Salon International de la Lingerie fête ses 60 ans en janvier 2024. Quelles sont pour vous les grandes évolutions qui ont marqué ces 60 dernières années ?**

- **B.F. :** Quand on regarde en arrière, on voit quel bond énorme a été fait en matière de liberté du corps, de bien-être, de diversité et de propositions (maintien, sexy, sport, produits hybride...). On a développé la définition même du mot lingerie qui, d'une fonction utilitaire voire prothésique, peut désormais revêtir des styles et des fonctions différentes en fonction de chaque femme et de ses moments de vie.

C'est cette diversité actuelle qui me marque. Les femmes ont repris le LEAD, elles ne sont plus un instrument de séduction. Aujourd'hui le côté séduction est toujours là mais il n'est plus celui de l'œil masculin. Il correspond aux envies des femmes. Il y a une nouvelle prise de liberté.

C'est aussi ce qu'exprime aujourd'hui les jeunes filles qui décident de porter ou non un soutien-gorge. Cette nouvelle génération est plus libérée. Il n'y a pas de jugement par rapport à ça. Toutes les femmes, peu importe leur morphologie, peuvent s'autoriser un peu plus.

- **Plus spécifiquement depuis 2017, après la pudeur post-MeToo, le repli sur soi né de la crise sanitaire, le retour du sexy, l'explosion du marché de la culotte menstruelle ... Qu'est-ce qui vous semble le plus marquant dans l'univers de la lingerie et pourquoi ?**

- **B.F. :** La vraie révolution c'est la culotte menstruelle qui s'est imposée en très peu de temps comme un essentiel de la garde-robe. Quel bonheur que cette nouvelle pièce vestimentaire qui permet aux femmes de tous âges de se sentir plus libres dans le vécu quotidien et menstruel.

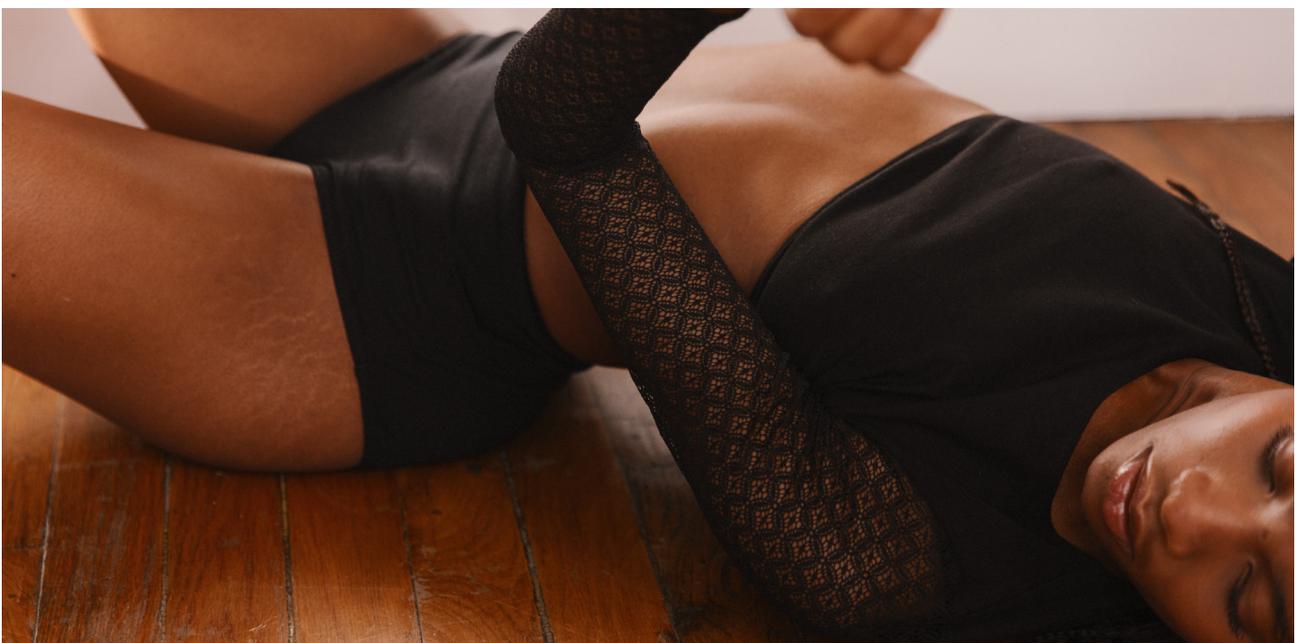
- **Aujourd'hui, on parle de plus en plus d'inclusivité. La représentation de la femme et surtout du corps est-elle réellement en train de changer ?**

- **B.F. :** C'est un fait, depuis une dizaine d'années on montre désormais des corps différents. Les réseaux sociaux et le mouvement Body positive ont transformé notre capacité à se montrer et à se mettre en scène, à révéler tous les corps.

Il y a encore beaucoup de chemin à faire et les mentalités doivent encore évoluer. Nous sommes encore dans un carcan d'idéalisation grec. Mais nous sommes aux prémices de quelque chose. Il faut habituer l'œil et bouger les lignes de la normalité. L'enjeu est grand pour les publicitaires, les marques et les égéries.

- **S'il fallait nommer une marque ou une femme qui vous a marqué dans l'univers de la lingerie, qui serait-elle et pourquoi ?**

- **B.F. :** J'ai en tête l'image de Kate Moss qui pose en débardeur et culotte en coton. Malgré le fait que cette photo date des années 90, elle me semble encore actuelle. Empreinte de pureté et de simplicité, elle symbolise l'enjeu actuel lié au développement durable. L'industrie de la lingerie a encore beaucoup d'efforts à faire sur les matières. Celles-ci sont encore trop liées au pétrole. Il faut développer les fibres recyclées et aller vers davantage de matières clean pour plus de bien-être et une question de santé publique.



Bertille Isabeau x Solenne Jakovsky

## VANESSA CAUSSE

Trend Forecast du Salon International de la Lingerie

- **Le Salon International de la Lingerie fête ses 60 ans en janvier 2024. Quelles sont pour vous les grandes évolutions qui ont marqué ces 60 dernières années ?**

- **V.C. :** La lingerie a vu son statut et son usage évoluer au cours de ces 60 dernières années. Celle-ci a accompagné l'évolution du corps et des mentalités pour révéler les formes, montrer les jambes et les sublimer. Le statut social de la femme et de sa féminité ont permis des avancées majeures en lingerie, en libérant le corps du corset pour qu'il reprenne enfin son souffle et en soulignant les volumes des seins. L'apparition des bonnets a été une révolution première pour accepter les multitudes de corps et de féminité.

Le corps des années 70 affiche une nudité libre de toutes représentations qui s'ouvre à la sexualité, à la liberté avec des échancrures audacieuses, des soutien-gorge plus légers et des strings à peine couvrants.

Dans les années 90, Madonna a littéralement bousculé la lingerie aux côtés de Jean Paul Gaultier en affichant la sculpturalité féminine dans une mise en scène hypersexualisée ! Ça a été un événement marquant pour la femme, la sexualité et donc la lingerie. Les marques ont alors été inspirées par la corseterie et la mode renouvelant son usage et affirmant la lingerie comme accessoire de mode et de plaisir.

Bien entendu le culte de la maigreur a distillé une recherche de discrétion, à laquelle j'associe une émancipation de la représentation du corps pour une approche moins fétichiste du corps humain, sûrement une étape nécessaire pour le mouvement Body positive et la remise en cause des diktats de beauté.

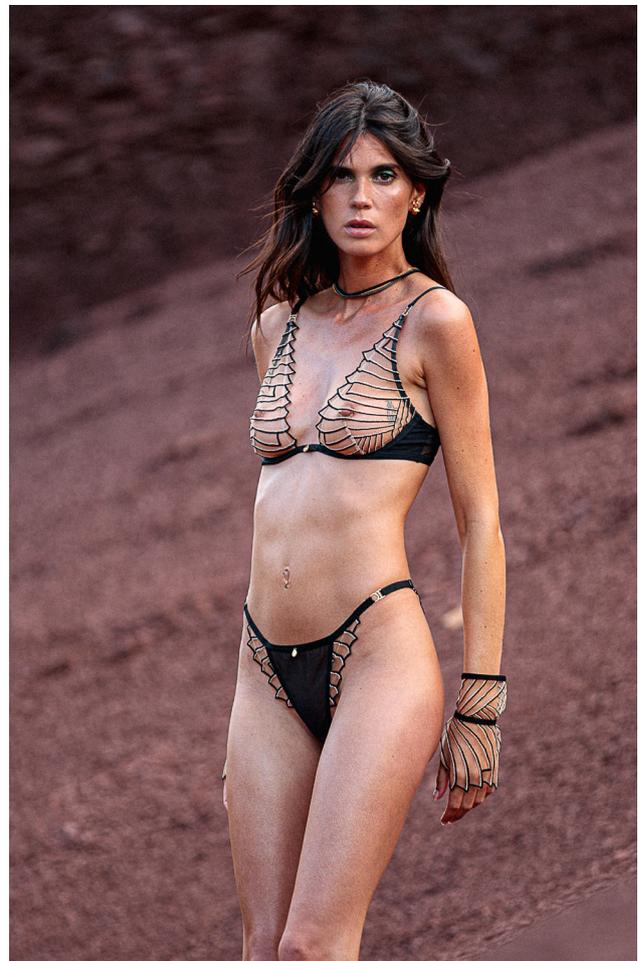
L'acceptation de femmes incarnées comme Kim Kardashian, Aya Nakamura ont démocratisé les rondeurs du corps pour leur redonner volupté et douceur, une vraie révolution qui décomplexe les femmes, écho qui m'a permis de poser un regard plus doux et tolérant sur les différences du corps, des cultures, et d'en saisir la richesse.

- **Plus spécifiquement depuis 2017, après la pudeur post-MeToo, le repli sur soi né de la crise sanitaire, le retour du sexy, l'explosion du marché de la culotte menstruelle ... Qu'est-ce qui vous semble le plus marquant dans l'univers de la lingerie et pourquoi ?**

- **V.C. :** La culotte menstruelle est réellement un progrès à souligner pour la femme. D'abord pour l'usage révolutionnaire et le confort qu'elle offre dès 2019, mais également pour le rapport intime à la féminité lors de cette période. Elle a apporté une réponse technique probante aux menstruations,

réglant les problèmes d'odeurs, d'humidité et d'hygiène. Ensuite, des marques ont lancé des produits menstruels non seulement pratiques mais aussi séduisants, féminins, voire raffinés. Cette démarche nous invite à faire la paix avec cette période ingrate des règles, revalorisant notre intimité. Cette innovation technique marque un tournant dans l'histoire de la lingerie, modifiant les habitudes d'achat et de comportements de nouvelles générations concernées par la sauvegarde de l'environnement et engagées dans un rapport plus sain et respectueux au corps.

C'est vrai qu'en parallèle l'affirmation du sexy a permis de booster la créativité de la lingerie avec des produits ultra-féminins où la règle d'or réside dans le savoir-faire. Les formes sont étudiées pour souligner le corps et l'accompagner dans sa beauté grâce à des innovations de matières et des hybridations que nous retrouvons par exemple chez Undress code, Atelier Amour, Paloma Casile, Love secrets... Cette macro tendance booste le statut féminin dans des retranchements d'une beauté confortable, respectueuse d'une qualité indéfectible du secteur pour des matières désormais de plus en plus travaillées et élégantes. J'adore cette voie et les promesses qu'elle suscite : l'écoute du corps et de la féminité pour toujours plébisciter la beauté et donc les industries qui disposent d'un beau savoir-faire.



Atelier Amour



# LES TENDANCES

## TENDANCE ELEVATING BEAUTY

#SAVOIR-FAIRE #ENGAGÉ #ORNEMENT  
#DOUCEUR #SECONDEPEAU

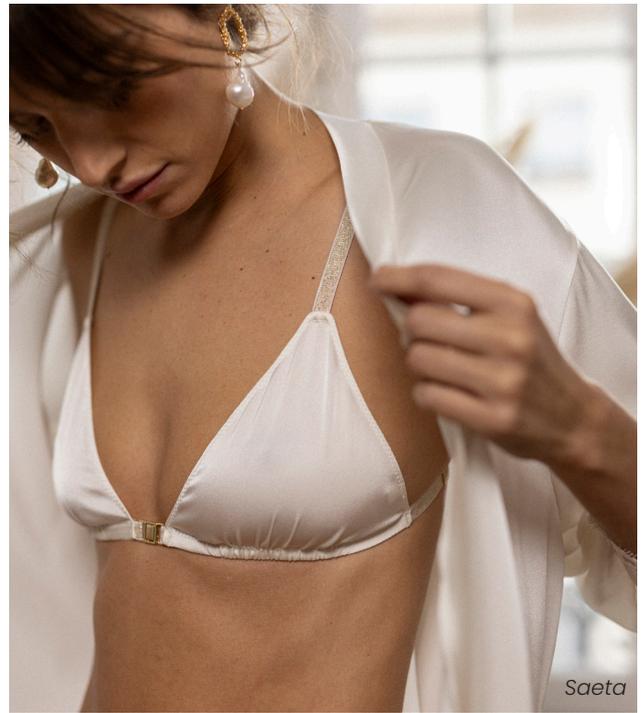
### UN CORPS À CORPS AVEC UN NOUVEAU CONFORT

Guidée par une quête de bien-être, marché en plein essor et qui touche aussi le retail avec des clients en recherche de nouvelles expériences pour améliorer le bien-être pour soi ou chez soi, apprendre les nouvelles pratiques du "lâcher prise" ou retrouver son équilibre, une nouvelle lingerie émerge.

Entre seconde peau, innovations techniques et raffinement, les marques matérialisent le confort différemment avec des pièces qui se portent au quotidien sans sacrifier le raffinement. Place à de nouvelles mailles douces et souples qui apportent toujours plus de bien-être, mais aussi à des jeux de transparence et des détails soignés et délicats.

Telle une seconde peau précieuse, cette nouvelle lingerie du quotidien multiplie les détails. À la frontière de la séduction, les nouvelles matières techniques et légères subliment le corps, mais suggèrent et dévoilent aussi juste ce qu'il faut.

Côté formes, place à un modélisme ultra contemporain pour des dessous qui enveloppent le corps pour mieux le révéler. De nouveaux codes s'affirment entre sensualité et confort.





Primadonna



Simone Pérèle



Femique



Sans Complexe



Aruelle Golda + Giedra

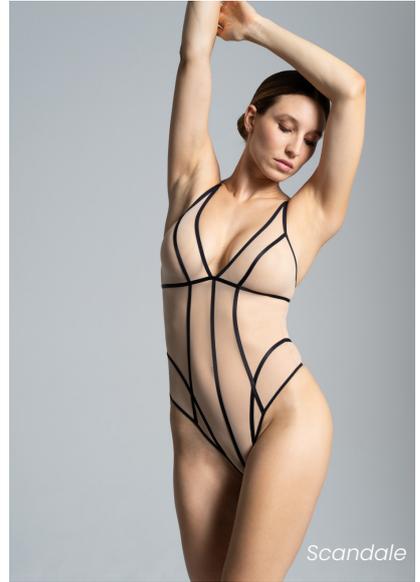


Sensee



Undress Code

Pluto



Scandale

Mey



Soeur Tokyo



La Nouvelle



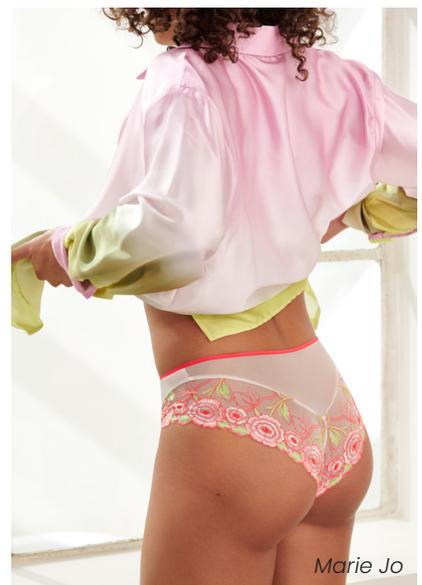
## TENDANCE RHYMING COLORS

#SEXY #COULEURS #JOIE #CONTRASTES #AUDACIEUSE  
AU RYTHME DE LA COULEUR

Portées par le « Peach Fuzz » (entre le rose et l'orange), désigné couleur de l'année 2024 par Pantone, les nouvelles collections hissent haut la couleur tout en douceur. « Une couleur rayonnante de chaleur et d'élégance moderne. Une teinte qui fait sans effort le lien entre la jeunesse et l'intemporalité » déclare Leatrice Eiseman, directrice exécutive du Pantone Color Institute.

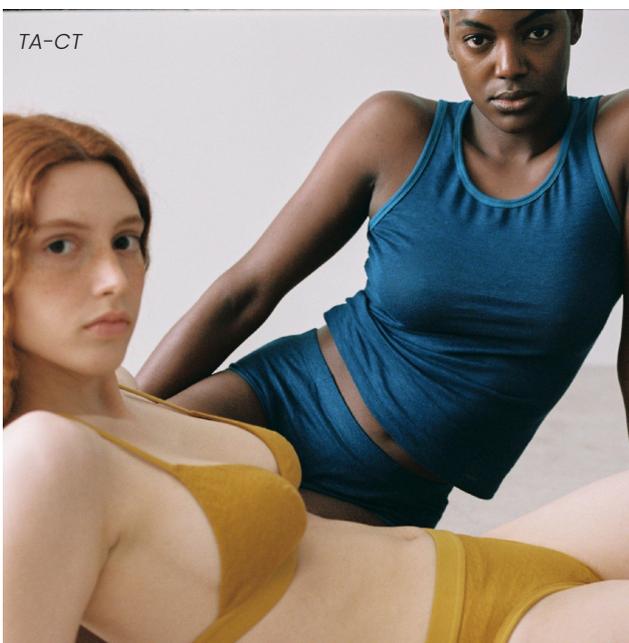
Les marques de lingerie déploient une palette joyeuse, gourmande ou envoûtante. Sexy et modernes, les pièces se renouvellent grâce à des jeux de bretelles et des finitions aux coloris contrastants, des découpes et échancrures audacieuses sur le décolleté ou dans le dos, des matières tout en transparence qui apportent légèreté à la silhouette... Une tendance 100% raffinement qui apporte peps et modernité aux courbes

À la fois graphiques et florales, les broderies luxueuses créent un effet tatouage grâce à un subtil jeu de transparence.





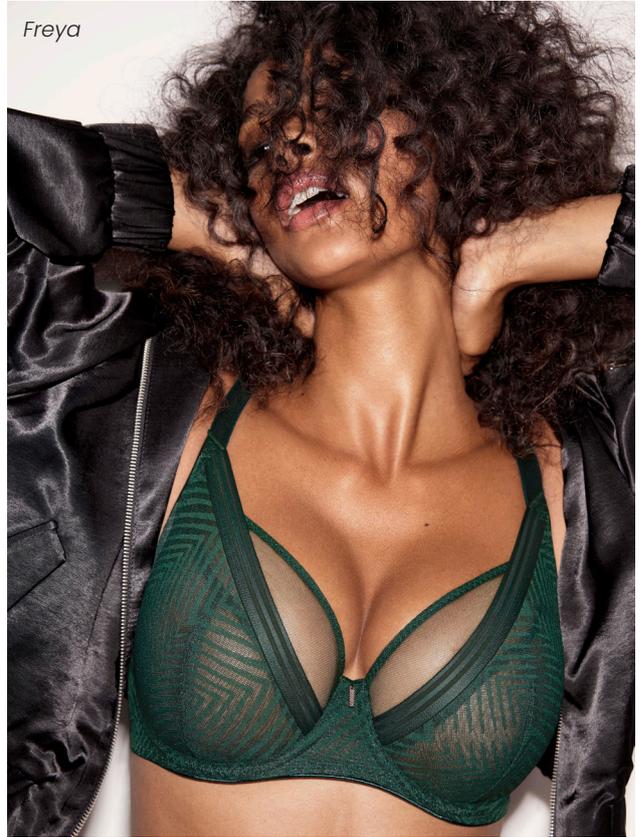
Empreinte Agathe Fougere



Chantelle



Freya



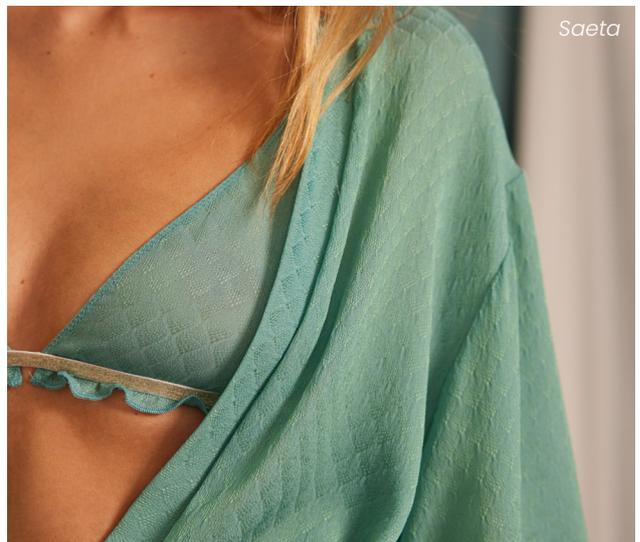
Valery



Iloni By Dylan



Saeta





LE RENOUVEAU  
DU SHAPEWEAR

Passé de phénomène de mode, à phénomène de société, le shapewear s'est inscrit, depuis presque 20 ans, comme réel segment de marché de la lingerie avec des ventes qui s'envolent dans le monde entier.

Cette lingerie, qui remodèle et galbe, est devenue un véritable accessoire de beauté. Elle est un atout supplémentaire de séduction pour toutes les femmes. Indispensable des dressings féminins, les stars internationales et les plus grands créateurs de mode en vantent ses mérites.

Aujourd'hui, le shapewear dépasse son aspect fonctionnel pour séduire les consommatrices à la recherche de l'équilibre parfait entre confort, maintien et style. Il magnifie le corps des femmes et affiche des produits mode, ultra-esthétiques : plus légers, plus séduisants et glamour tout en conservant douceur et confort ! Le shapewear écrit un nouveau chapitre de son histoire. Il épouse le corps des femmes, le galbe tout en douceur, offre une sensation de seconde peau. Il se transforme en lingerie glamour et sensuelle pour faire apparaître une nouvelle féminité et affiche une nouvelle modernité de ses lignes. Soutenu par les innovations textiles, il apporte le maintien désiré, séduit tout en élégance tout en permettant une liberté absolue. Le shapewear, devenu véritable source d'inspiration, réserve encore de nombreuses surprises pour l'avenir. Les nouveautés Shapewear 2024 à découvrir :

## ANITA

La lingerie Anita since 1886 met en valeur met habilement en scène les courbes féminines et dissimule discrètement les petites imperfections. Cette saison, la marque élargit sa gamme de lingerie galbante avec plusieurs nouveautés. La gaine Beauty Shaper, dotée de la technologie Clean Cut innovante, qui sculpte la silhouette en jouant sur différents niveaux de compression et différentes matières (micro-perforée et piquée respirante). Le soutien-gorge Leni, au tissu jacquard opaque avec fil texturé, exclusif de la maison, se décline dans plusieurs versions. Enfin, le panty se fait nomade avec son format de poche, ultra-pratique, qui se glisse facilement dans un sac, prêt à être utilisé à tout moment.



Anita

## AUBADE

Sculpt by Aubade est une nouvelle gamme de lingerie gainante qui sublime le corps.

Conçue dans une maille tonique pour affiner la silhouette, cette gamme joue la carte de la séduction avec une dentelle jacquard à l'esprit animal déclinée en 3 formes et 3 coloris (Black Pepper, Cinnamon et Ginger). Les finitions se font ultra plates pour un porté invisible. Culotte haute ou très haute à effet ventre plat ou body multipositions tout en dentelle spécialement conçus pour s'adapter à toutes les tenues. Chaque forme répond à tous les besoins et toutes les morphologies.

La Culotte Haute avec double empiècement de matière (maille + tulle) sur le ventre affine la silhouette et offre un dos emboîtant pour un porté confort.

La Culotte très haute avec double empiècement de matière (maille + tulle) sur le ventre affine la silhouette et offre un dos string pour un porté ultra invisible.

Le Body multipositions s'adapte à toutes les tenues : dos nu, tour de cou, bretelles croisées. Un jeu de bretelles supplémentaire est fourni avec le body : ton sur ton ou en silicone transparent pour un porté invisible.



Aubade

## MAGIC BODYFASHION

Depuis plus de 30 ans, MAGIC Bodyfashion® propose des sous-vêtements, des gaines, des vêtements de maternité et des collants. La marque offre des solutions innovantes créées par des femmes connaissant le besoin des femmes. Cette saison, Magic Body Fashion présente ses nouvelles collections Shapewear. Comfort Collection sans couture offre un confort invisible au quotidien. Comfort & Seamless comprend des bas et des bodys modelant déclinés dans différentes teintes nude pour s'accorder à toutes les carnations de peau. Gloss Collection propose une nouvelle approche du shapewear luxe, confortable et durable, avec son aspect satiné, sa douceur des tissus recyclés, ses finitions sans couture et ses options de mix-and-match. En 2024, Magic BodyFashion lance trois nouveaux modèles BodyCon, conçus à partir de fils recyclés. Ils sont adaptés à toutes les silhouettes, y compris les femmes enceintes et lancés en trois couleurs différentes.



Magic Bodyfashion

## LEONISA

La marque colombienne s'est donnée pour mission de donner du pouvoir aux femmes en créant des produits de haute qualité qui permettent de se sentir forte et confiante. Pour 2024, Leonisa présente quatre grandes nouveautés fabriquées à partir de leur matière DuraFit®, fraîche au toucher, douce et efficace pour modeler le corps. Un body shaper à couverture complète et à la compression ferme pour un effet sculptant. Il est doté d'un dos plongeant parfait pour les décolletés et dos nus et de couture ruchée pour un effet réhausseur de fesses. Le body tout en un est composé d'un haut bralette avec de bonnets de soutien en tissu SmartLace® transparent à double épaisseur. Pour le bas, la technologie MagicUp® remonte les fesses grâce à des bandes spéciales et des découpes particulières. Un body shaper à culotte courte épouse confortablement toutes les morphologies et sa conception sans couture le rend invisible sous les robes et pantalons. Un body shaper parfait pour une utilisation quotidienne avec sa couche intérieure en PowerSlim® pour une compression ferme qui sculpte le ventre, la taille et le dos. Il est doté de bandes de redressement des fesses MagicUp® et est découpé au laser sans bandes de jambe pour un effet invisible.

### POUR LES HOMMES ÉGALEMENT !

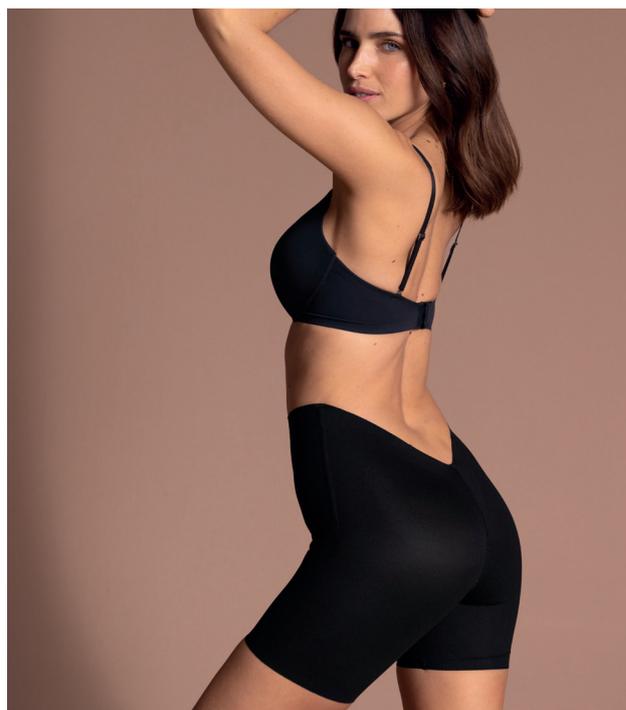
Leo de Leonisa combine des vêtements élégants et de haute qualité avec les derniers développements en matière de vêtements de compression pour hommes. Le Body Shaper est doté de la technologie MagicUp. Les panneaux en tissu microfibre et les bandes spéciales donnent aux fesses un coup de pouce naturel pour plus de volume. Ce shaper sculpte également le dos, la taille, le ventre, les hanches et le haut des cuisses pour affiner l'ensemble de la silhouette.

## WACOAL

La marque créée en 1946 au Japon, confectionne des collections de lingerie et de Shapewear ultra raffinées, contemporaines et déclinées du bonnet AA au FF. En 2024, Wacoal offre de nouvelles collections telle une célébration à la sophistication, à l'innovation et à la beauté intemporelle de chaque femme. La marque lance une nouvelle gamme Shapewear ultra innovante et adaptée aux morphologies sablières avec une découpe en V dans le dos parfaite pour les robes de mariées ou robes dos nu. Shape Revelation Hourglass dévoile trois bas déclinés en noir ou praline, du S au 2XL, offrant une taille cintrée et plus d'espace autour de l'arrière pour une silhouette parfaite en sablier. La culotte moulante Hourglass promet confort et contrôle ferme avec des panneaux collés pour un contrôle ciblé du ventre. La Hourglass Thigh Shaper offre un contrôle modéré avec une finition sans couture,



Leonisa



Wacoal

assurant soutien et sécurité. La conception innovante comprend une bande antidérapante et des baleines cachées pour maintenir la forme et éviter de rouler. Enfin, le Hourglass Hiwaist Thigh Shaper se targue d'une conception lisse et sans coutures, offrant un soutien ferme et un ajustement sûr. Avec des panneaux avant pour un contrôle ciblé du ventre et des panneaux arrière collés pour un raffermissement du dos, cette option est synonyme d'élégance et de confiance en soi.



**INVESTIR  
ET INNOVER,  
LA CLÉ POUR  
REBONDIR**

Brodeurs, dentelliers, spécialistes des mailles unies ou des tissus imprimés, tous font corps pour avancer et s'adapter. Dans un contexte où l'absence de visibilité n'a pas facilité les choses, les fabricants d'Interfilère Paris ont su garder le cap. «Les achats fonctionnent au coup par coup. Souvent ils se limitent à des petites séries ou des commandes sur stocks. Chacun va à son rythme», confie Dominique Lecolier, responsable du développement chez le dentellier **Jean Bracq**. «Les commandes ne sont pas stables.

Heureusement, 2022 avait été notre meilleure année avec une progression de 30% de notre chiffre d'affaires. Cela nous a permis de passer 2023 sans vaciller», précise Fabio Cescon, PDG d'**Innova Fabrics**, spécialiste des mailles innovantes. «Reconnaissons qu'en 2022 le marché était très euphorique. Cela n'était pas très réaliste. Nos clients ont beaucoup acheté. Et leurs clients, les consommateurs finaux, ont surconsommé», constate quant à lui Mathieu Liebaert, PDG de **Liebaert**.

Face à l'affirmation d'une consommation raisonnée qui voit les achats se déplacer vers d'autres postes, deux mots d'ordre : investir et innover. Priorité donc aux produits à forte valeur ajoutée, à forte identité. «Il faut définitivement sortir des produits de masse et investir dans les produits valorisés. Le marché de niche haut de gamme est nettement moins soumis aux turbulences», lance Mathieu Liebaert. L'entreprise belge qui a investi 7 millions d'€ sur les trois dernières années, réalise désormais 70% de sa production en sur-mesure. Se montrer créatif et astucieux est aussi une solution qui répond aux attentes des clients : en remplaçant son polyamide 6.6 par un classique polyamide 6, ou en changeant le polyamide pour un polyester, **Innova Fabrics** peut resserrer ses prix. Sans toucher à la qualité des produits. Seules les teintures doivent être revues. Ce qui ne pose pas de problème à la jeune entreprise italienne qui a fait le choix de travailler avec des partenaires dans un rayon de 30 km. «Notre stratégie repose sur une politique commerciale forte avec une présence sur tous les rendez-vous professionnels, et sur la création avec des produits à la fois esthétiques et différents», souligne Fabio Cescon. Allusion à ces nouveaux jacquards géométriques des années 70 et ces imprimés sur lurex notamment. Une chose est sûre : ces articles différenciants font clairement ... la différence ! Et ce n'est pas **Maison Lévéque** qui dira le contraire. Sa toute nouvelle collection de broderies pour maillots de bain est déjà un must sur le marché américain. Victoria's Secret et bien d'autres marques ont déjà craqué. **Jean Bracq** n'a pas ménagé ses efforts pour sortir des sentiers battus et offrir une collection délicate dotée d'une forte personnalité. En vedette, des broderies bourdons appliquées sur toutes sortes de matières, des paillettes rubans, des broderies et surbroderies posées sur une dentelle, des motifs en soie associés à des soutaches, des gros sertis, des fils bourdons.



Innova Fabrics



Jean Bracq



Liebaert



Chanty

### COMPRENDRE ET MIEUX SERVIR UN CLIENT EXIGEANT

« Nous devons aussi et avant tout rassurer nos clients avec des fantaisies simples, calmes, raffinées, des faux-unis et des motifs classiques très lingerie dont on s'était éloignés ces derniers temps. Les imprimés forts attirent mais ne franchissent pas le pas. Les stylistes ont des envies de coloris forts mais ça s'arrête là », reconnaît Emmanuelle Bonnetin, co-directrice de **Rocle by Isabella**. La société renforce son travail en partenariat avec ses clients historiques : « Nos clients sont parfois un peu perdus. En travaillant étroitement avec eux, on arrive à développer d'autres choses jusqu'à monter des moutons à cinq pattes ». Et pourquoi pas aller jusqu'à prendre des risques ? **Bugis** se laisse tenter. « Quand on a les moyens et de la trésorerie évidemment, je pense qu'il ne faut pas hésiter : moderniser nos outils qui sont parfois vieillissants, en France en particulier ; développer des nouveaux produits en se positionnant sur des offres alternatives. Et aller chercher de nouveaux marchés là où ils se trouvent », résume Bruno Nahan, de retour de Séoul où il a exploré le marché sud-coréen. Ainsi après avoir racheté un nouveau métier à tricoter pour côtes épaisses, idéal pour répondre à la demande de robes près du corps, Bugis devrait investir dans une nouvelle visiteuse pour renforcer son contrôle qualité. Installé près de Barcelone, l'espagnol **Grobelastic** est spécialiste des bandes élastiques pour le marché de la lingerie et des sous-vêtements mais aussi pour le sport, le marché médical et le vêtement de travail. Dirigée par la 5<sup>ème</sup> génération, l'entreprise familiale a, elle aussi, choisi d'investir massivement dans son outil de production en 2023 : « Nous avons acquis coup sur coup une nouvelle machine de teinture plus rapide et moins énergivore et une autre pour teindre les bandes silicone bi-composants en différentes couleurs. Nous avons aussi investi pour réduire notre consommation de gaz et d'électricité en aménageant notre chaudière et en installant des panneaux solaires », détaille Montserrat Fernandez Lopez.

### LE NUMÉRIQUE ET L'IA AU SERVICE DE LA LINGERIE

Pour ne pas perdre le marché de masse, les producteurs, qui disposent d'un site de production éloigné, le font tourner à plein régime. « Certains clients sont prêts à faire des sacrifices, d'autres non. Notre vocation est aussi de les servir », résume Zoya Rutkaya Sebek chez **Chanty**. Mais ce n'est pas là que se trouve l'avenir du dentellier allemand dont l'offre asiatique représente 30% de la production. Le futur de la profession, il en est convaincu, est dans la digitalisation éco-responsable des collections. En lançant il y a un an la toute première 3D e-laces collection, Chanty a franchi un cap. Mais cela n'a de sens que si l'ensemble de la profession numérise ses collections : gain de temps et d'argent, et surtout zéro déchet.

Force est de constater que cela n'avance pas assez vite : « Les clients qui ont les moyens techniques de nous suivre dans cette digitalisation ne représentent que 10% de notre marché ». Un autre 10% ne veut même pas en entendre parler. Reste pour Chanty 80% de sa clientèle à entraîner dans son sillage : « Ils nous disent que c'est génial, qu'ils adorent, qu'il faut en arriver à la numérisation des collections et de la modélisation. Mais ils hésitent encore ». Combien de temps ? L'urgence est là. La planète n'attendra pas.



# COUP DE CŒUR EXPOSED

Exposed met en avant à chaque édition du Salon International de la Lingerie un choix de marques créatives qui réinterprètent les codes du style.

### AROMATIQUE

Après plus de 10 ans de recherche et développement, la marque, made in Japan, se lance en 2014 avec ses gammes de basiques intemporels. Aromatique tisse des fils de soie en côtes d'accordéon pour améliorer la chaleur et la rétention d'humidité. Le résultat est une texture exquise, à la fois ample et brillante, qui crée une apparence décontractée et élégante. Les pièces principales de leur ligne de lingerie sont lentement tissées sur de rares machines Cozun Loopwheel afin de développer une élasticité douce et une texture élégante dans le tissu. Fabriquées par tissage en boucle, sans coutures sur les côtés, les pièces sont extrêmement confortables.



Aromatique

### ATELIER AMOUR

La nouvelle collection Cosmic Dream révèle l'univers érotique inspiré des héroïnes puissantes des années 70. L'intégration de broderie graphique dévoile un nouveau jeu de transparence sublimant des pièces audacieuses telles que la cape ou le bustier ouvert. En mélangeant les matières et les couleurs, Atelier Amour signe une offre de lingerie sexy et moderne. Une lingerie joyeuse et audacieuse où les couleurs dynamisent les pièces.



Atelier Amour

### BONNE MAISON

Depuis 2012, Béatrice de Crécy raconte des histoires avec les chaussettes Bonne Maison. Chaque saison, trois histoires composées de 12 modèles dont les couleurs et les motifs se répondent. En sélectionnant un double fil de coton 100% égyptien, parfaitement arrondi et lisse, la maison a pu mettre au point une chaussette de grande qualité, très fine avec une pointe sans couture et renforcée.



Bonne Maison

### CADOLLE

Herminie Cadolle, au cours de l'exposition universelle de 1889, expose sa nouvelle invention : le « corselet-gorge », le premier soutien-gorge et dépose le brevet. De génération en génération, les filles d'une même famille vont successivement inventer une nouvelle façon de s'habiller, en définir les règles et les faire évoluer en fonction des époques traversées en lui donnant toujours la même touche si particulière qui font la réputation de la Maison. Point de rendez-vous incontournable à Paris depuis deux siècles et venant de tous les pays, les femmes les plus raffinées et les plus célèbres ne cessent de se rencontrer dans nos salons. Aux côtés des lignes culte, toujours scrupuleusement suivies et remises à jour, s'ajoutent désormais des collections davantage orientées vers la séduction. Expression et affirmation d'une femme en accord avec l'esprit de son temps, la ligne Geisha constitue un tournant dans l'histoire souvent discrète et élitique de la Maison : elle dévoile une femme séductrice et s'assurant résolument comme telle, avec l'empreinte de la célèbre « touche Cadolle ».



Cadolle

**DSTM** est un concept unique de bodywear, de lingerie, de loungewear et de maillots de bain fabriqués avec des tissus écologiques et performants de la plus haute qualité. Chaque pièce est conçue de manière réfléchie avec des coupes qui flattent les différents types de corps tout en donnant une forme et un soutien sans armature. Les vêtements sont doux pour la peau et peuvent être portés comme sous-vêtements, prêt-à-porter ou maillots de bain. Les vêtements DSTM sont fabriqués avec des tissus écologiques et performants certifiés par la norme OEKO-TEX.



DSTM

### GIRLFRIEND COLLECTIVE

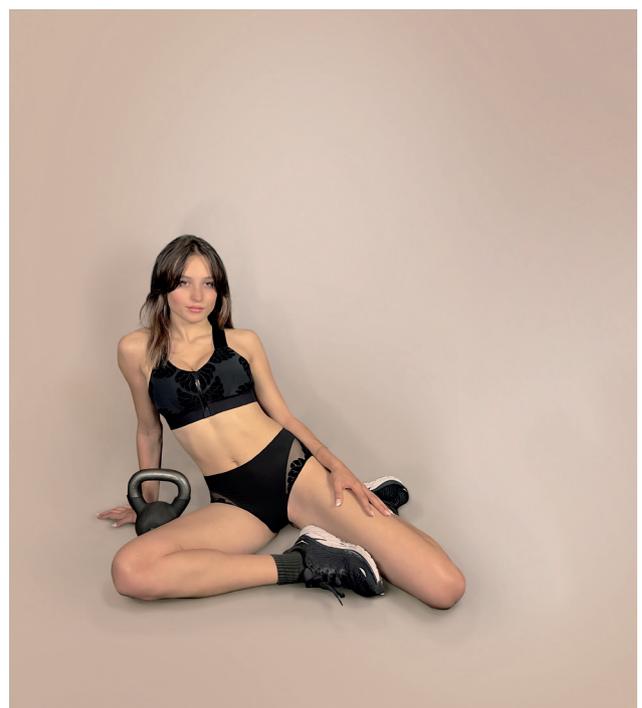
L'enthousiaste marque d'activewear, créée par Ellie et Quang Dinh, décline des produits désirables, colorés et engagés du XXS au 6XL. Certifiée Oeko-Tex, Girlfriend Collective utilise des tissus performants réalisés à partir de bouteilles d'eau en plastique et de filets de pêche. Leurs emballages sont 100 % recyclés et recyclables et les tissus sont teints avec des colorants écologiques. La marque incite également ses clientes à retourner leurs anciennes pièces pour upcycler. Girlfriend Collective redéfinit l'activewear pour confectionner une mode la plus green possible.



Girlfriend Collective

### HÄSTKO

Passionnées de sport, Aurélie Moinier et Joséphine Bigo sont confrontées à une problématique commune, l'absence de lingerie de sport à la fois technique et féminine. Les deux trentenaires décident de s'associer pour créer Hästko, en 2019. Développées avec le soutien d'athlètes, ses ensembles hauts et bas sont fabriqués à partir des dernières technologies. Cette saison, Hästko lance une nouvelle innovation : une brassière de sport qui encadre le sein grâce aux bandes d'impressions 3D Senselast®. Résultat : la brassière de sport encapsule la poitrine sans l'oppresser pour un maintien parfait et une silhouette ultra féminine !



Hästko

## NISSÉ

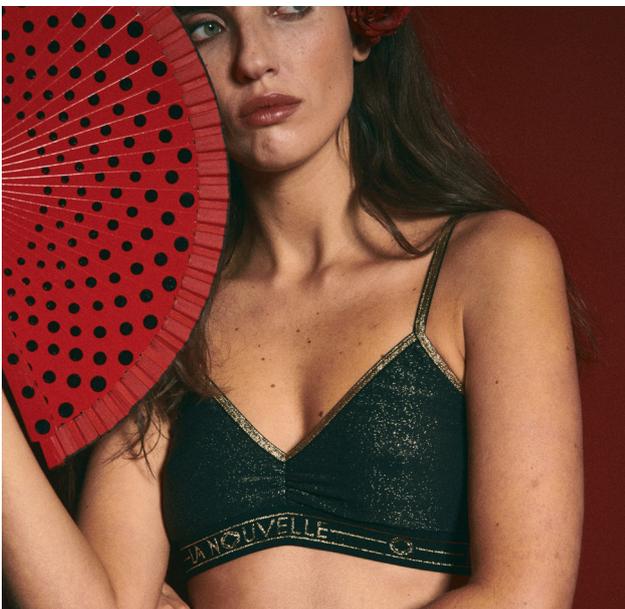
Imane do Vale crée Nissé pour célébrer chaque femme dans sa pluralité mais aussi dans ce qui fait d'elle un être profondément singulier, à la fois forte et puissante. Made in France, la marque fabrique ses pièces de lingerie avec savoir-faire et excellence. À la recherche constante de matières innovantes, durables et haut de gamme, qui réduisent au maximum l'empreinte écologique, Nissé présente sa première collection qui est fabriquée avec un polyamide biosourcé de haute qualité, obtenu à partir de l'huile de ricin extraite des graines de la plante.



Nissé

## LA NOUVELLE FÊTE SES 10 ANS

Créée par des femmes, pour les femmes, La Nouvelle propose des modèles confortables, sans artifice, qui accompagnent plus naturellement le volume de la poitrine. En refusant l'uniformisation et l'hypersexualisation des corps, la marque encourage une féminité naturelle, libre et émancipée. Avec son style retro chic, raffiné et affirmé, La Nouvelle signe tous ses modèles de ses bretelles en lurex dorées, argentées ou colorées. Des dessous qui prennent le dessus et se montrent tels des accessoires de mode, une lingerie qui s'affranchit des codes.



La Nouvelle

## POSIE

La marque, conçue et fabriquée avec amour au Royaume-Uni, a été fondée en 2019 pour fusionner lingerie et durabilité. Posie est destinée aux bohémiennes-rockeuses à l'esprit libre et conçue pour les dimanches endormis au lit, les rendez-vous galants ou les festivals audacieux.

Posie invite ses consommatrices à faire partie de la révolution pour dire non à la fast fashion.



Posie

## SŒUR TOKYO : OVERWEAR

La marque supprime les frontières prédéterminées en présentant une lingerie non conventionnelle. Leur lingerie n'est pas un « sous-vêtement ». C'est une nouvelle catégorie de pièces « sur-vêtements » portées à même la peau. Tour à tour, dessus-dessous ou dessous-dessus, les collections Sœur Tokyo cassent les codes pour se coordonner.



Sœur Tokyo

## TA-CT

La marque éco-responsable décline une gamme de sous-vêtements éthiques en lin, matière durable reconnue pour sa faible exploitation en eau, respectueuse de l'environnement et de la peau. Les teintures utilisées sont naturelles et labellisées GOTS, sans produits chimiques nocifs pour la planète. La marque d'underwear propose un dressing durable et coloré avec des vêtements et sous-vêtements en lin tels pour femme et homme. Pensés dans des coupes confortables, les sous-vêtements TA-CT sont minimalistes et intemporels, créés dans un style unique et qui peuvent être portés saison après saison. TA-CT produits dans de petites quantités afin de minimiser le gaspillage et limiter leur impact environnemental.



TA-CT



**UNE NOUVELLE  
OFFRE  
À DÉCOUVRIR SUR  
WELLNESS !**

Avec une sélection pointue et exigeante, le Salon International de la Lingerie dévoile sa nouvelle zone Wellness pour offrir une nouvelle typologie de produits en symbiose avec l'univers de la lingerie. Dans un esprit Concept-Store, cette zone présente sept marques dédiées à l'intime, à la beauté et au bien-être féminin.

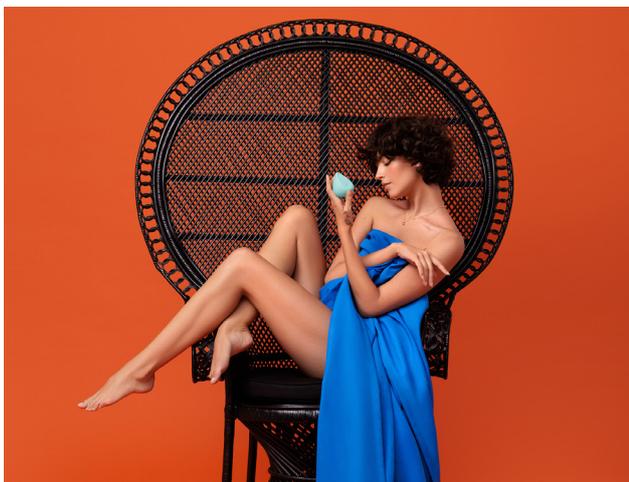
### BAÛDO

En 2015, Bethsabée, alors journaliste spécialisée sexe, a envie d'un baume intime « après l'amour et pour tous les jours », réalisant qu'il n'existe pas sur le marché de soin sain pour soulager la vulve après une relation sexuelle, une journée en slim, en vélo ou pour les règles... Cécilia, alors directrice commerciale, flashe sur le concept du Baume après-l'amour, et lui propose alors de se lancer dans la grande aventure de l'entrepreneuriat éthique. En brisant les tabous, Baúdo soulage les inconforts intimes en proposant des soins intimes 100 % naturels & biologiques, sans hormone ni parfum.



Baúdo

**BIIRD** est une marque de plaisir positif dirigée par des femmes et née aux Pays-Bas. Elle développe de magnifiques objets de plaisirs fabriqués uniquement avec des matériaux de la plus haute qualité, sans danger pour le corps, abordables et accessibles à tous.



Biird

**LOV.NOT.WAR** est une marque de sextoys britannique primée pour son design. Respectueuse de l'environnement, la marque conçoit ses produits à partir de matériaux recyclés et recyclables dans son usine verte. Ses emballages sont 100% écologiques avec carton recyclé certifié FSC, encre de soja et colle écologique. Lov.not.war utilise le nouveau NeoSilicone™, un silicone révolutionnaire pouvant être utilisé avec des lubrifiants à base de silicone.



Lov.not.war

Maison **PELOUF** réinvente le soin du linge avec la 1ère lessive végétale anti-gaspillage à l'odeur personnalisable ! Laver autrement et proprement, c'est ce que propose la jeune marque française, créée en 2019 par 2 mum-preneuses, Elodie Portes et Oriane Blondel. Le 1er rituel de soin du linge sans superflu nocif, permettant de réduire son impact écologique et de parfumer l'odeur de chaque lavage au gré de ses envies. Tous les produits sont pratiques à utiliser, fun, écologiques et rechargeables.



Maison Pelouf

**ÜBERLUBE** propose un lubrifiant de très haute qualité à base de silicone, sans goût et sans odeur, sa texture est douce et soyeuse. Sans paraben, ni dérivé d'ingrédients pétrochimiques, ni conservateur, il ne contient aucun produit animal. Son flacon-pompe, joli et discret, dose naturellement la quantité idéale. Joli et discret, il peut être laissé sur la table de nuit. Ce produit multi-usage est une huile de massage, un lubrifiant ultra efficace ou gel confort pour le sport.



Überlube

**WOMAN ESSENTIALS** est une marque made in France de gynécologie cosmétique. Elle accompagne les femmes à chaque étape de leur vie avec les essentiels d'hygiène, de beauté et de bien-être intime. Testés par des gynécologues et des dermatologues, tous les produits sont naturels, vegan et cruelty-free et répondent à tous les besoins : épilation, irritations, frottements des sous-vêtements, peaux sensibles, vieillissement de la peau, cicatrices et soins post-grossesse.



Woman Essentials

**WUMI INTIMATE CARE** propose une gamme de produits de soins intimes à base de plantes, développés exclusivement pour la vulve et fabriqués de manière durable en France. Lassée des produits de soins intimes fabriqués à base de substances chimiques, Najwa Harfouch, fondatrice de la marque, a imaginé sa formule naturelle, le tout sur les conseils avisés d'une gynécologue. Le gel nettoyant intime, à base de mauve, d'aloë vera, de fleur d'oranger et d'avoine, apaise et maintient l'harmonie de la zone intime. Il accomplit un triple rôle en nettoyant, protégeant et hydratant, tout en respectant l'équilibre des muqueuses.



Wumi Intimate Care



LES MATIÈRES  
S'ADAPTENT À LA  
NOUVELLE RÉALITÉ  
DU MARCHÉ

Le marché de la lingerie est à l'aube d'un nouveau mode de consommation. Les nouvelles collections de matières en sont la preuve : bien pensées et bien construites, elles s'inscrivent dans une nouvelle approche et une nouvelle perception de la lingerie. Jusqu'ici accessoire de séduction, elle est devenue un produit à part entière. Entre confort et mode, la lingerie offre une nouvelle façon d'être. Les producteurs de matières l'ont bien compris.

### ESTHÉTISME : ENTRE LOOK ET PHILOSOPHIE

La lingerie se vit. L'esthétisme n'est plus seulement affaire de charme. Les thèmes, s'ils font toujours rêver avec des envies d'ailleurs, sont mis en scène pour répondre aux attentes des consommatrices qui s'identifient à leur lingerie. « *Nos clients cherchent de plus en plus des produits à valeur ajoutée, des articles qui ont de la personnalité comme des dentelles très travaillées, sur-brodées, rehaussées de fils d'effets, de fils bourdons, de gros sertis* », précise Dominique Lecolier chez **Jean Bracq**. Les dessins sont à la fois plus sophistiqués, mais plus délicats aussi, avec des ondulations, des résilles. Chez **Sakae Lace**, c'est un précieux travail de fusion entre les motifs historiques puisés dans les archives et les dessins modernes et très contemporains qui permet de proposer de délicates dentelles avec des jeux de transparence.

Même travail de personnalisation chez les brodeurs. **Maison Lévêque** lance pour la première fois une série de broderies pour le maillot de bain. La nouvelle directrice artistique de la Maison mise sur trois thèmes forts : Architecture, Fragile et Jardin d'Eden. Les bases travaillées sont là aussi pour donner du relief à des broderies sublimes : chez **Liberty Tex** par exemple, les broderies jouent les effets laqués à moins qu'elles ne se posent sur des fonds plissés ou se superposent à des motifs digitaux placés. Les imprimés jouent sur tous les tableaux. **Innova Fabrics** parie autant sur de nouveaux jacquards géométriques inspirés des années 70 que sur des imprimés modernes en lurex sur base de type jersey ou piqué. Les spécialistes des accessoires font eux aussi le grand écart. Dans sa nouvelle collection été 2025, l'Italien **Michele Letizia** propose trois thèmes forts pour ses bandes élastiques : Back to Origins avec des éléments décoratifs ethniques, tribaux, fossiles; Eden Found, un hymne à la nature et AI Surreal qui invite à plonger dans l'intelligence artificielle.

### PAS D'ALTERNATIVE AU CONFORT

Depuis plusieurs saisons, le bien-être est l'un des grands vecteurs des nouvelles collections. Le confort prend aujourd'hui une nouvelle dimension. S'il est de plus en plus éco-responsable, il devient également de plus en plus sophistiqué.

*«Le confort est le fil rouge d'une nouvelle élégance pensée pour une lingerie séductrice et enchanteresse. La sensualité va de pair avec le confort d'une seconde peau qui suit le mouvement, apporte du soutien sans rien sacrifier à la liberté de mouvement»* détaille Mathieu Liebaert.

Sa célèbre gamme Nanostitch® by **Liebaert**, mailles élastiques les plus fines du marché en version rectiligne jauge 50 et circulaire jauge 60, innove avec des imprimés néons uniques donnant une rare élégance à ces tissus doux, légers et confortables, avec une compression mesurée. Spécialiste des tissus innovants pour le sport et le sportswear, l'Italien **Innova Fabrics** repense lui aussi le confort de ses polyamides 'easycare' et propose une nouvelle version de polyamide cleancut. **Jy Textiles** lance deux nouveautés : une série de tissus mailles respirants et à gestion de l'humidité, Dry Tech, réalisés à partir d'une fibre à section spécifique, et un quatre couches incorporant une technologie propre, antibactérienne et anti-odeur.



Lenzing

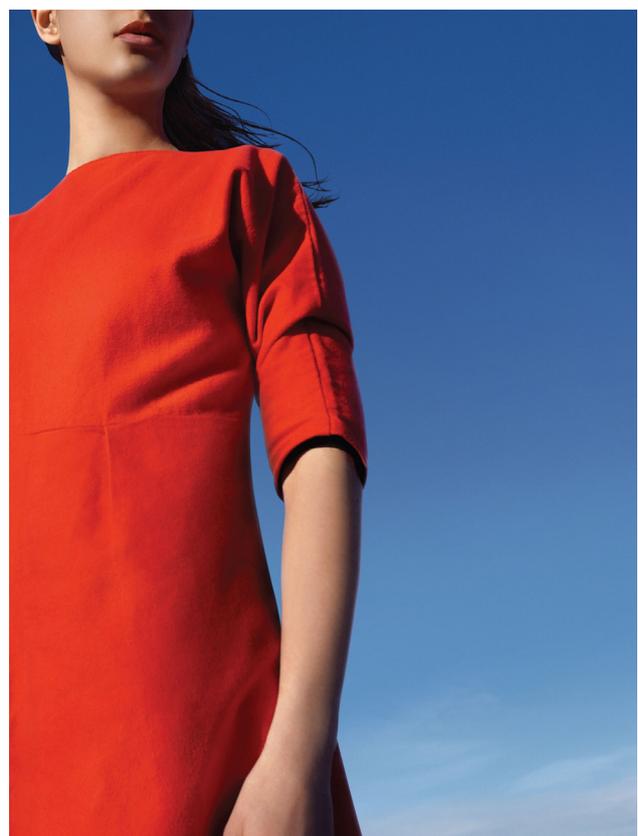
La maille n'a toutefois pas le monopole du confort. Dentelles et broderies, atouts majeurs de séduction, sont désormais développées autour d'une même recherche de confort. Le Japonais **Sakae Lace** opte pour de nouveaux fils doux Aurora pour réaliser des dentelles sublimes et étonnamment confortables. **Chanty** qui mise sans compter sur les dentelles en coton, a sélectionné d'un côté un nouveau coton bio particulièrement fin et de l'autre des fils organiques de coton égyptien pour des dentelles aussi fines que confortables. Les spécialistes des accessoires pour lingerie, bandes élastiques, rubans stretch et rigides, coques mettent eux aussi en avant le confort. L'Espagnol **Grobelastic** présente ainsi de nouveaux articles avec un traitement de finition waterproof pour les culottes menstruelles. Spécialiste des bandes élastiques étroites, le Turc **Devsel** insiste sur son nouveau concept «Feeling good» : «*Notre collection colle aux nouveaux modes de vie avec des articles confortables, doux, naturels. Nos technologies en jacquard et impression silicone nous permettent de proposer des motifs graphiques très tendances, inspirés du street art*», souligne Rumeya Durmaz Gören.

### LES MATIÈRES ÉCO-RESPONSABLES NE SONT PLUS UNE OPTION

Le choix des matières est essentiel pour des consommatrices qui veulent tout savoir sur ce qu'elles portent. « *Il y a aujourd'hui un vrai questionnement sur les matières. Il faut penser à l'après polyamide. Les consommatrices ont bien conscience des problèmes que pose le relargage des microplastiques dans la nature* », confie Emmanuelle Bonnetin, directrice de **Rocle by Isabella**. L'entreprise, qui voudrait proposer rapidement un article bio-sourcé polyamide/élasthanne, fait un premier pas : elle vient de lancer avec succès une collection de jacquards polyamide en chaîne et trame extensible pour le bain avec teinture végétale. **Bugis** va plus loin et propose une alternative durable pour le marché de la lingerie : une maille en lin/élasthanne avec teinture végétale. « *La demande des consommatrices est claire. Des marques comme Sensée, qui parie sur une lingerie en lin, savent qu'on n'a plus d'argument pour défendre les matières chargées de microplastiques* », soutient Bruno Nahan, PDG. Bugis travaille par ailleurs sur des mélanges à base de chanvre. Mais les fils ne sont pas encore suffisamment fins pour développer des qualités adaptées à la lingerie pour l'instant.

À l'instar de **Liebaert**, qui affirme qu'il ne peut y avoir de production « normale » sans une offre de matières recyclées, les exposants d'Interfilière Paris font de la valorisation des matières leur nouveau credo. À commencer par les dentelliers comme **Sunny Lace** qui injecte chaque année une vingtaine de nouvelles dentelles crochet

recyclées ou **Femina Lace** qui propose une nouvelle ligne 'Cherish Collection' de dentelles éco-recyclées, douces et superstretch, réalisées à partir de fils de haute qualité. **Decorine Lace & Textile** développe ses collections en nylon recyclé mais aussi en Tencel et modal. « *Le modal est une fibre encore trop méconnue. Elle a pourtant des propriétés incroyables. Issue du bois de hêtre, c'est une fibre écologique avec un visuel très intéressant en lingerie. Elle a un aspect « soie », ni mat comme le coton, ni luisant comme la viscose* », explique Zoya Rutskaya Sebek chez **Chanty Lace**. Le dentellier allemand étoffe son offre de dentelles recyclées en polyamide ou polyester. Toute la collection **Corvett** est d'ailleurs en 100% polyamide recyclé, biocoton ou Tencel. Spécialiste des dentelles Leavers et jacquardtronic, **Sakae Lace** se concentre lui aussi sur une offre élargie de dentelles écoresponsables : en nylon recyclé ou polyester EcoBlue, et en fibres naturelles comme le lin. Les mailles écoresponsables gagnent du terrain chez les tricoteurs aussi. Spécialiste en la matière, l'entreprise taïwanaise **Fabtex** mise toujours sur les performances exceptionnelles de la fibre bionique Umorfil, issue des acides aminés prélevés dans les écailles de poisson. Deux nouvelles qualités sont à découvrir : un jersey Umorfil ultra stretch avec 30% d'élasthanne et un mélange biodégradable et thermorégulant avec Umorfil Beauty Fiber et Tencel. Même parti pris du côté des mailles circulaires avec un large éventail de qualités recyclées chez **Wing Yue** et **Violetta**. Parmi d'autres.



Lenzing



# NEWS, SALON INTERNATIONAL DE LA LINGERIE

## LINGERIE FRANÇAISE

### ALTER EGO, LE NOUVEAU SHOW LINGERIE FRANÇAISE

Pour sa quatrième édition, Promincor - Lingerie Française, Association pour la Promotion des Industries de la Corseterie, et le DEFI, Comité de Promotion et de Développement pour l'Habillement, sont heureux de présenter leur nouveau show ALTER EGO le 21 janvier 2024 dans le légendaire Cirque d'Hiver au cœur de Paris.

Les dix plus prestigieuses marques de Lingerie Française, ANTIGEL, AUBADE, CHANTELLE, CHANTELLE X, EMPREINTE, LISE CHARMEL, LOU, LOUISA BRACQ, MAISON LEJABY ET SIMONE PERELE, se rassemblent pour présenter leurs collections lors d'un défilé exceptionnel en hommage au savoir-faire et à la créativité de la Lingerie Française qui rayonne à travers le monde. Partageant les mêmes valeurs et le même héritage de ce métier séculaire de corsetier, elles s'expriment d'une seule et même voix dans un show dansé, contemporain, urbain et engagé. Le show ALTER EGO cristallise l'héritage, le savoir-faire, la créativité et l'innovation de ces dix marques emblématiques aux traditions ancestrales. Il souligne les valeurs de la Lingerie Française : LA CONFIANCE EN SOI, LE FIT ULTIME, LE RESPECT DURABLE, LA HAUTE CRÉATION FRANÇAISE.

### AUBADE X CINDY BRUNA

Une fusion enchanteuse de la mode et de la lingerie à la française.

Depuis plus de 60 ans, la Maison incarne le chic à la française, un lifestyle séduction. Cette année, Aubade présente sa collaboration avec la Top Model Internationale Cindy Bruna qui deviendra l'égérie de cette collection. Cindy Bruna, connue pour sa beauté captivante et son charisme inégalé sur les podiums du monde entier, apporte une dimension sensuelle et sophistiquée à cette ligne. En tant que muse d'Aubade, elle incarne l'essence même de la féminité moderne et de l'élégance intemporelle, des valeurs chères à la marque. Cindy Bruna s'unit à l'équipe créative d'Aubade pour offrir une expérience unique. Une collection composée d'un vestiaire de 14 pièces de lingerie et nightwear, incarnant modernité et sensualité. Les parures de lingerie de jour "Sumptuous Waves" sont travaillées avec un mélange de tulle invisible, Broderie Française et de bijoux dorés. La ligne de nightwear "Midnight Storm" est quant à elle composée de satin de soie. Une collection élégante et authentique portée avec fierté par les femmes. Jouant avec les ondulations de la broderie, Cindy Bruna accentue la modernité et la sensualité d'Aubade. La collection est un jeu subtil de transparence, d'opacité, des pièces en maille opaque à associer avec les pièces de lingerie pour un porté dessus dessous. La gamme est disponible en deux coloris : "SMOKY ATTRACTION", un noir mystérieux et envoûtant, et "IMPERIAL BLUE", un bleu majestueux et élégant.

*«Travailler avec Aubade est une véritable célébration de la confiance en soi, et de la singularité de chaque femme, chaque courbe. Je suis honorée de faire partie de cette collaboration exceptionnelle.»* Cindy Bruna

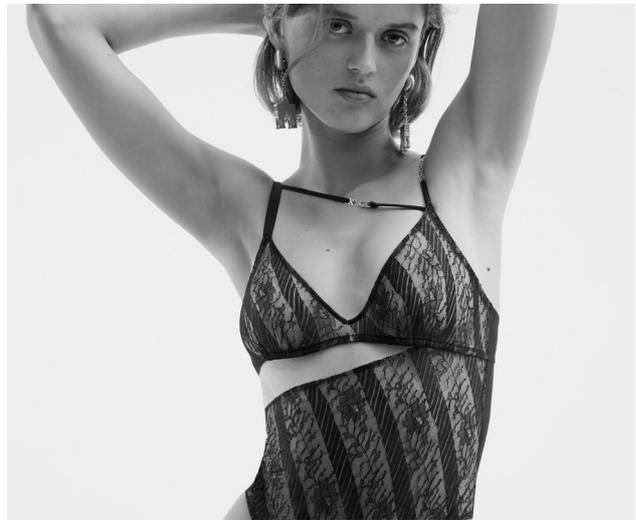
### CHANTELLE

Chantelle est un studio de création international basé à Paris et une entreprise familiale qui conçoit de la lingerie depuis 1876. Conjuguant un riche héritage en innovation à un savoir-faire unique et une vision résolument contemporaine, la marque puise son inspiration dans les femmes d'aujourd'hui et dans la force de



Aubade x Cindy Bruna

leurs différences et de la diversité. Pour la saison prochaine, Chantelle enrichit ses classiques avec « **Intrigue** ». La ligne, qui emprunte au tailoring ses codes et ses motifs comme le Prince de Galles ou le pied de poule, oscille entre féminité et masculinité. **Origins** est la nouvelle ligne intemporelle de la marque, créée pour être portée quotidiennement. Elle se démarque par sa dentelle florale rehaussée de détails chevrons. **Cabaret Sauvage** réutilise les codes et le savoir-faire français en intégrant la broderie séduisante et extravagante italienne. Enfin, **Chantelle Lab Softstrech** décline sa palette de couleurs au gré des saisons. Cette saison, les teintes Kiwi, Sepia, Jeans Blue et Empire Green viennent agrandir le colorama. Deux imprimés complètent la gamme: python et GraphicCool.



Chantelle

### CHANTELLE X, SES NOUVELLES LIGNES ET PIÈCES AUDACIEUSES

Avec un esprit créateur et une vision tournée vers le futur, à contre-courant des codes traditionnels, Chantelle X remet les femmes au cœur de leur propre séduction avec une nouvelle proposition de lingerie haut de gamme et des pièces audacieuses.

**Gold X** Chic et spectaculaire, telle une sculpture, Gold X est au croisement de la lingerie et du prêt-à-porter, soulignée par une maille brillante argentée. Les soutiens-gorge et bustiers se transforment en haut sexy à porter sous une veste tailleur ou une chemise.

**Splash** Lignes asymétriques et inspiration 90', Chantelle X explore la rébellion avec panache en fusionnant chaînes et bijoux à de la dentelle Leavers rayée.

**Vibrate** La nouvelle ligne créateur envoûte par sa broderie graphique et mystique mêlée au vinyl et au métal pour créer un effet tatouage sur la peau.

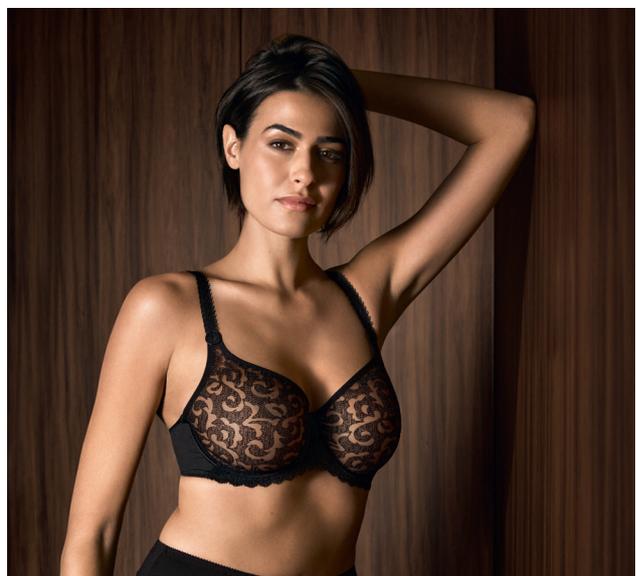
**Xquisite** Rock et sensuelle, la nouvelle ligne se pare de bondage et de bijoux pour des looks toujours plus sexy. L'alliance de la résille et d'une dentelle vaporeuse affirme son caractère.



Chantelle X

### EMPREINTE LANCE UN NOUVEAU THÈME INVISIBLE, LEIA

Depuis 1946, Empreinte crée une corseterie et des maillots de bain haut de gamme et valorisants et réinvente sans cesse les codes de la beauté généreuse. Complice de l'intimité des femmes, Empreinte est internationalement reconnue pour son fit unique et la haute qualité de ses produits. Loin de la fast-fashion, leurs créations sont maîtrisées et intègrent exclusivement des matières performantes et européennes. Depuis toujours, l'exigence et l'innovation la guide dans sa volonté d'accompagner au mieux les femmes du bonnet C au bonnet H en quête d'esthétisme et de confort. Concentré de savoir-faire unique, le nouveau thème invisible Leia incarne la singularité de la lingerie Empreinte. Expert de la lingerie sans couture, la marque bretonne déploie toute sa virtuosité d'Artisan novateur dans cette



Empreinte

dernière création. La broderie des bonnets aux arabesques dynamiques et féminines se marie à la perfection à une dentelle fine et luxueuse au motif floral apportant douceur et style. Leïa répond à la promesse d'un confort incomparable et se décline en Noir, Naturel et Orchidée.

### LISE CHARMEL

Signature de référence de la lingerie de luxe, Lise Charmel sublime la femme. Une histoire singulière dans un savoir-faire d'exception fait d'artisanat, d'innovation et d'art.

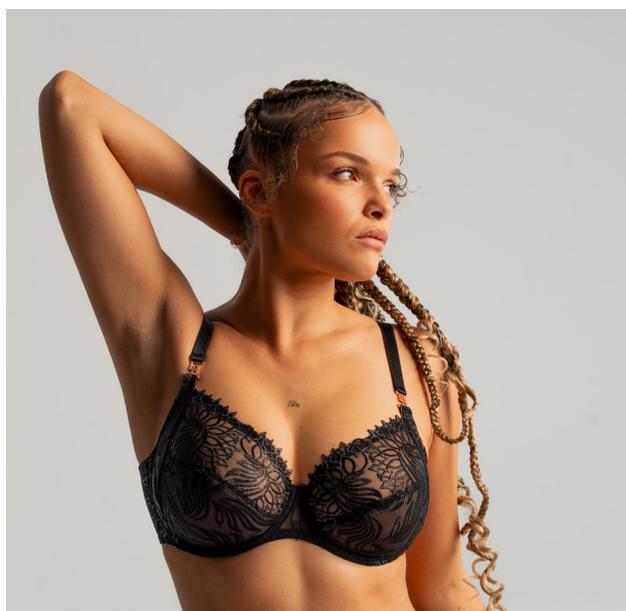
Née dans les années 50, cette maison propose à chaque saison des créations originales et raffinées. Soies, dentelles de Calais et guipures s'associent à des coloris éclatants, délicats ou intemporels pour satisfaire les envies de toutes les femmes.



Lise Charmel

### LOUISA BRACQ ET SA NOUVELLE LIGNE SWAN

Créateur de lingerie et de broderie haut de gamme, Louisa Bracq, attentif à son style, apporte un esprit sophistiqué en proposant des produits innovants adaptés aux différentes morphologies féminines. Pour la collection Automne/Hiver 24/24, la marque souhaite mettre en lumière les magnifiques broderies confectionnées dans leur usine à Caudry qui fait partie de leur savoir-faire historique. Louisa Bracq accorde une importance particulière au bien-être de ses produits disponibles du bonnet A au bonnet K. La ligne Swan incarne la sensualité, le luxe et la sophistication avec ses détails graphiques et son fil lustré. Inspirée du film culte Black Swan, cette collection dévoile un univers théâtral où la broderie évoque, avec grâce, le mouvement dramatique des ailes de cygnes. À retrouver dans cette gamme, l'icône body chemisier de la marque, entièrement réalisé en broderie.



Louisa Bracq

### HAPPY BIRTHDAY SIMONE PERELE ! 75 ANS DE FÉMINITÉ ET DE LIBERTÉ

Simone Pérèle, Maison pionnière de la lingerie française depuis 1948, incarne 75 ans de passion, d'innovation et d'excellence. Fondée par une corsetière visionnaire, elle a bouleversé le paysage de la lingerie avec des techniques avant-gardistes et des créations emblématiques. Toujours en phase avec l'évolution de la vie des femmes, Simone Pérèle libère le corps avec audace et créativité. Ainsi, des soutien-gorges légendaires tels que le rayonnant « Soleil » et le révolutionnaire « Pétale » ont marqué leur époque. Fidèle aux artisans calaisiens et brodeurs européens depuis ses débuts, la Maison sublime toutes les silhouettes grâce à des coupes impeccables et l'utilisation de matières nobles. Portée aujourd'hui par la 3ème génération familiale, Simone Pérèle incarne la pluralité de femmes inspirantes, libres, désireuses de se sentir bien dans leurs corps et d'affirmer leurs convictions. À l'image de la chanteuse Dua Lipa qui a spontanément choisi de porter le soutien-gorge corbeille « Wish » lors



Simone Pérèle

de sa tournée de concerts australiens. Aujourd'hui Simone Pérèle accompagne les femmes à chaque instant du quotidien avec ses collections de lingerie, homewear, sport et de maillots de bain, qui ancrent définitivement la Maison dans un ADN mode.

## DES NOUVEAUTÉS À DÉCOUVRIR !

### HANRO FÊTE SES 140 ANS

Depuis 140 ans, HANRO produit des vêtements de jour et de nuit de grande qualité. L'entreprise a été fondée en 1884 dans la ville suisse de Liestal par Albert Handschin et Carl Ronus. Depuis lors, elle est synonyme de sobriété luxueuse, de qualité supérieure et de style intemporel. Des décennies de tradition combinées à l'innovation technique et au design intemporel font de Hanro une marque unique en son genre avec des créations qui incarnent l'élégance et l'esthétique dans chaque fibre - pour les hommes et les femmes exigeants du monde entier.

L'un des exemples les plus connus qui illustre le savoir-faire et la qualité incomparable de Hanro est le haut spaghetti "Cotton Seamless", qui est sans couture et sans ourlet. Le tissu est composé à 100 % de coton à fibres longues pour une meilleure résistance et une plus grande durabilité. Le tissu est tricoté dans les installations de production de l'entreprise sur des machines à tricoter fines et circulaires spécialement conçues à cet effet. Cela confère au tissu un toucher particulièrement doux. Le mercerisage confère au top sa brillance incomparable et intemporelle, ainsi qu'une durabilité accrue.

### CHILL PAR SANS COMPLEXE, UNE NOUVELLE LIGNE DE SOUS-VÊTEMENTS THERMIQUES

Sans Complexe Lingerie investit toute son expertise et son savoir-faire dans la création de collections de lingerie qui subliment les silhouettes pulpeuses tout en restant particulièrement attentives au confort et au maintien. Cette saison, Sans complexe présente sa toute première ligne de sous-vêtements thermiques, CHILL pour dire adieu aux frissons. La marque offre un cocon de confort avec cette collection du M au XXL. Alliant douceur, chaleur et féminité, CHILL décline une maille seconde peau dans deux coloris tendances, Noir et Aube Rosée, et trois formes : un body à manches longues, un t-shirt à manches longues et un débardeur.

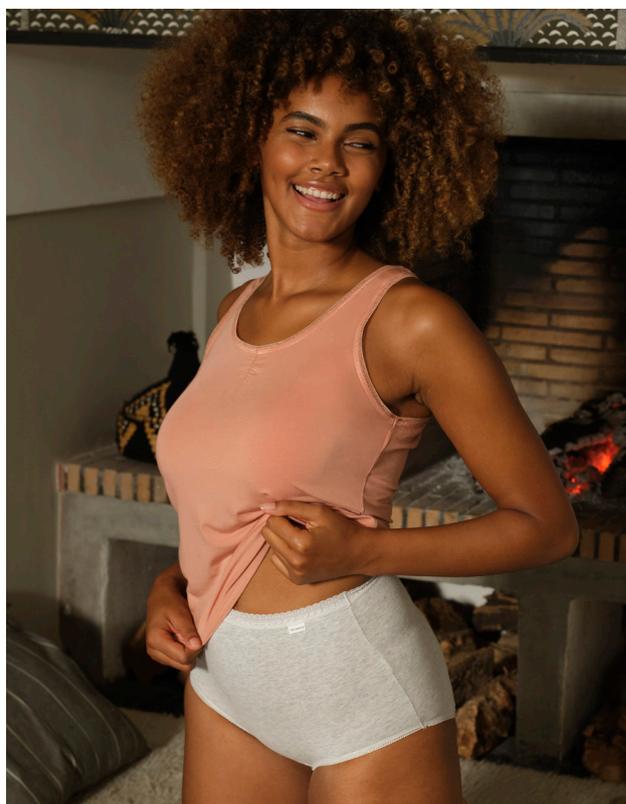
### MAISON FLORA, UNE HISTOIRE « SEINGULIÈRE »

Maison Flora n'est pas seulement une marque de lingerie. Elle s'adresse, en toute simplicité et avec sincérité à toutes les femmes « seingulières » pour les aider à trouver un souffle nouveau.

La marque est née de l'idée folle d'une quinquante ans qui travaille dans la mode depuis 17 ans. Qui s'est, suite à un cancer du sein, trouvée plus que dépitée à l'idée de devoir renoncer à sa



Hanro



Sans Complexe



Maison Flora

lingerie et se résigner à porter des dessous qui ne lui plaisent pas. Les produits sont fabriqués en France, avec une éthique environnementale. Les matériaux sont naturels et proviennent, quand c'est possible, de stocks dormants, c'est-à-dire des surplus de commande inutilisés.

### SOMBO CASSE LES CODES DE LA LINGERIE AVEC UNE COLLECTION DE BOXERS FÉMININS MADE IN FRANCE

Fondé en 2022, SOMBO rompt avec les codes de la lingerie conventionnelle pour créer une collection de caleçons et boxers féminins. Toutes les pièces sont fabriquées à Paris avec un savoir-faire artisanal. Parce que chaque femme mérite de se sentir bien dans sa peau, chaque jour, Sombo imagine des sous-vêtements conçus pour épouser les courbes, éliminer les irritations et offrir un confort incomparable. Les collections sont produites en petites quantités pour garantir un style distinctif et renforcer son engagement envers une mode responsable, loin de la surproduction.

### DESSOUS PARIS, UN MAINTIEN SANS ARMATURE 100% FRANÇAIS

Accompagnée par le Groupe Chantelle, Dessous Paris propose des ensembles sans armature, du bonnet B au bonnet F, en dentelle et tulle français, 100 %made in France. Tels une seconde peau, ils se portent de jour comme de nuit. Avec une doublure technique pour les grands bonnets, les soutiens-gorge sont conçus pour un maintien parfait avec un confort optimal. Tous les ensembles sont bicolores aux couleurs audacieuses : jaune, ocre ou prune.



Sombo

### LA NOUVELLE COLLECTION SPLICE : LE VESTIAIRE EN LIN FRANÇAIS

SPLICE, la marque innovante et engagée de vêtements en lin français, imagine un vestiaire pour homme et femme en pur lin français, écoresponsable et zéro déchet, conçu pour durer toute une vie. Cette gamme de produits mixtes offre des basiques intemporels de qualité. Made in France, la marque est fière d'avoir fait le choix d'une fabrication locale afin de contribuer à la préservation des savoir-faire artisanaux menacés. Le lin, fil conducteur de la marque, est cultivé en Normandie, puis tricoté, teint et confectionné dans la région de Troyes. Fibre naturelle, locale et écologique, le lin est un fabuleux thermorégulateur qui permet de proposer des vêtements adaptés à toutes les saisons. Les produits sont certifiés Origine France Garantie, offrant aux clients une traçabilité totale du processus de fabrication : de la récolte au tricotage.

### SAETA PARIS, SUR LA ROUTE DE LA SOIE

La marque s'inspire de la route de la soie, ce grand carrefour de civilisations et de commerces où la précieuse étoffe tissait des histoires. Chaque pièce de la collection est un hommage au riche héritage de cette route, alliant confort et esthétique dans une symphonie de soie. Imaginée en Bretagne et fabriquée à côté de Reims, la lingerie Saeta perpétue un héritage d'excellence tout en soutenant l'artisanat français, en privilégiant la soie lyonnaise, douce et luxueuse et la dentelle de Calais-Caudry. Chaque matière ou fourniture utilisée possède les labels Okeo-Tex, GOTS, REACH et ECOCERT.

### UN CRI DE JOIE POUR TOUTES LES FEMMES !

La marque « made in France » est pensée par des femmes pour des femmes afin de proposer une lingerie innovante et révolutionnaire avec leur concept « Composez-moi ». Ce concept breveté réside dans un soutien-gorge totalement personnalisable grâce à ses bonnets coulissants, indépendants et modulables ainsi que son système d'attache à clic. Sur-mesure, il s'adapte aux poitrines asymétriques. Quand l'innovation répond aux besoins morphologiques et esthétiques.

### TEMPERLEY LONDON, UNE NOUVELLE LICENSE PROMISES GROUP

Alice Temperley a fondé sa marque éponyme Temperley London en 2000 et s'engage fortement en faveur de la slow fashion et de la responsabilité et du respect des vêtements. La marque connue pour son prêt-à-porter au style bohème, élargit son offre, en s'associant à Playful Promises Group, pour présenter une première collection de 57 pièces, de lingerie et de vêtements de nuit (nuisettes esprit boudoir ou pyjamas d'inspiration dandy). Fabriquée à partir des soies et dentelles fines, la nouvelle collection de lingerie Temperley London est ornée d'imprimés iconiques et de belles broderies.

### DIANINA ÉLARGIT SA GAMME

La marque présente cette saison sa pièce phrase, la brassière iconique Diani-Bra, sans coutures, seconde peau et en matière recyclée. La marque élargit également sa gamme avec des culottes menstruelles en Lyocelle/Dentelle 100% français. Dianina est un projet résolument engagé, autour de trois axes : des pièces éco-responsables qui réconcilient les femmes avec leur corps et avec la nature, un podcast engagé qui évoque sans tabous la féminité dans tous ses aspects et donne la parole à tou.te.s et des actions humanitaires ou sociales visant à lutter contre les précarités touchant les femmes dans leur intimité. 15% des bénéfices sont consacrés à soutenir des projets pour soutenir des femmes en situation difficile.



Temperley London

## LE PYJAMA DANS TOUS SES ÉTATS !

Le pyjama se porte désormais de jour comme de nuit. Il n'a jamais été si mode et luxueux. Il se dessine et se dévoile dans les matières les plus nobles. Le nouveau chic du sleepwear se manifeste également par l'audace de ses couleurs et de ses imprimés (Mey, Pluto, Belty, Inbloom, Paladini...)

### VERDIANI FÊTE SES 70 ANS

En 1954, Rino et Dina Verdiani donnent vie à des rêves de dentelle et de transparences séduisantes. C'est ainsi qu'est née, l'entreprise qui, aujourd'hui encore, habille le glamour féminin avec des vêtements de nuit et le monde masculin avec des pyjamas et des vêtements d'intérieur. Dans sa troisième génération, la famille Verdiani, tout en respectant les traditions artisanales, a renouvelé l'image de l'entreprise en introduisant de nouvelles technologies, jetant ainsi son regard vers l'avenir. La marque crée des lignes exclusives en sélectionnant des tissus fins et confortables agrémentés de dentelle, de broderie et de tulle. "Made in Italy" est la philosophie qui représente le mieux Verdiani. La marque réalise tous les cycles de production dans son propre atelier situé dans les collines de Toscane.



Le Chat



Mey

**LUUNAMINE** lance deux nouvelles gammes. Magical Journey décline des imprimés inspirés de récits de voyage. Puff se caractérise par des pièces ornées d'une volant « puff » bouffant.

**PLUTO** célèbre l'élégance, le confort, la créativité et l'artisanat traditionnel belge.

**SHORT STORIES** redéfinit le loungewear avec sa nouvelle collection « Cosy Couture » en satin brillant, velours fluide et peluche teddy. Les coupes raccourcies sont à l'honneur. La capsule Cosy, déclinée en couleurs unies, est fabriquée en scuba et en cupro.

**LE CHAT** signe une nouvelle ligne « Les Intemporelles », pensée en complément des collections saisonnières. Elle rassemble cinq formes iconiques dans une déclinaison de couleurs intemporelles. Elle s'inscrit dans une démarche de durabilité, dans des matières naturelles, que l'on a plaisir à porter au fil des saisons.

**NOT JUST PAJAMA** est un beau mélange de soie et de design artistique. Fabriqués à partir de soie provenant de sources durables, la marque souhaite apporter de la douceur à porter. Derrière chaque pyjama, il y a une histoire qui attend d'être écrite.

### PINK LABEL FÊTE SES 40 ANS

Fondée début 1984 dans la ville de Thessalonique, cette entreprise familiale se consacre à la création et à la production de vêtements de plage, de nuit et d'intérieur pour hommes et femmes, avec un grand savoir-faire et un grand souci du détail. Aujourd'hui, la troisième génération de la famille s'est distinguée par ses tissus naturels, ses vêtements de haute qualité, son style intemporel et ses coupes parfaites.



Lunamine

## LES PÉPITES ULULE DU SALON

**LA LINGERIE EN LIN ! SENSÉE** Paris est née d'une volonté de prendre soin des personnes, de leurs corps et des parties intimes. Elle se distingue par sa lingerie en lin, matière hypoallergénique et respirante, idéale pour les zones intimes, qui montent facilement en température. Cette matière permet un vrai confort lors de pathologies ou irritations de peau, gynécologiques, cicatrices ou autres. Le lin est la matière locale par excellence, durable et zéro-déchet.

**DES DESSOUS BIJOUX - MAHEYNI** conçoit des dessous bijoux en intégrant des bretelles amovibles ornées de pierres semi-précieuses. Les bretelles, dotées de finitions uniques, s'adaptent à chaque style de femmes pour offrir une personnalisation unique.

**INNOVATION - ELEGANTEAZY** propose une solution élégante et innovante pour mettre fin au chaos dans les tiroirs à collants. Cette innovation française primée au Concours Lépine 2023 (médaille de bronze) imagine une boîte de rangement design qui permet d'identifier immédiatement le collant souhaité tout en sublimant sa déco.

**THE FRENCH UNICORN** révolutionne la production de sextoys avec le premier sextoys 100% industrialisé en France. Fabriqués dans un atelier près d'Avignon, en silicone de qualité médicale, les jouets assurent traçabilité des matériaux et impact carbone réduit. Pour « tous.tes », French Unicorn imagine un jouet pour stimuler toutes les zones érogènes.

### UNE NOUVELLE APPROCHE DE L'ALLAITEMENT

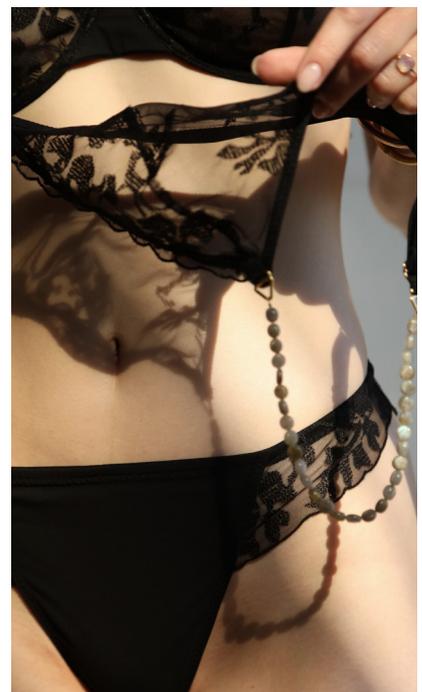
**F'LATTÉ** crée un soutien-gorge d'allaitement absorbant et élégant, promettant une protection contre les fuites de lait pendant 12 heures. Éliminant le besoin de coussinets d'allaitement, il permet de vivre pleinement l'aventure lactée en toute confiance. Les produits sont fabriqués de manière réfléchie en France avec des matières européennes éco-responsables.

**KALLISTO MAMA** présente une lingerie d'allaitement belle, éthique, saine, confortable et absorbante. Avec des paillettes et de la dentelle italienne recyclée soyeuse doublée de coton bio tout doux, la lingerie de maternité se transforme pour le plus grand plaisir de toutes les mamans.

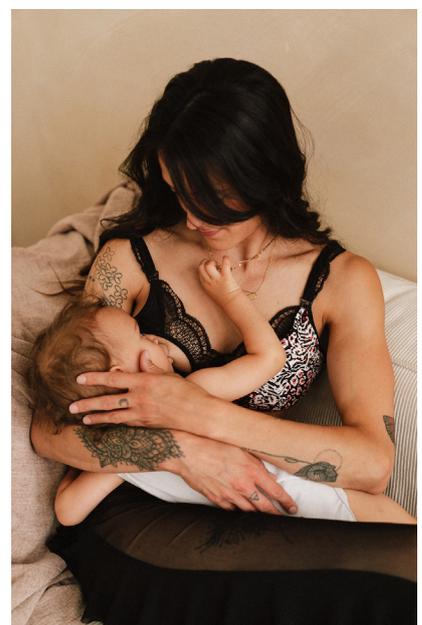
**MAMANO** imagine des chemises et des t.shirts conçus pour faciliter l'allaitement. La marque célèbre la maternité en plaçant la famille au cœur de son aventure. La marque s'engage à accompagner les femmes allaitantes avec des vêtements qui reflètent force, amour et dévouement. Mamano s'engage également dans des projets sociaux et éducatifs à travers une association soutenue par une partie des bénéficiaires.



Sensée



Maheyini



F'latté



My Joy

## DE NOUVELLES CULOTTES MENSTRUELLES

MY JOY imagine la culotte menstruelle détachable. Contrairement aux culottes menstruelles traditionnelles, la culotte menstruelle My Joy intègre une partie amovible qui permet aux femmes de changer la partie absorbante de leur culotte sans avoir à retirer tous leurs vêtements. Un système de pressions à l'avant et à l'arrière permet de détacher rapidement et facilement la partie absorbante. Elle allie praticité, confort et respect de l'environnement, offrant ainsi une solution complète pour la gestion des règles !

PERDIÈME imagine des collections de lingerie fine périodiques bien pensées pour toutes les morphologies. Douces, confortables et esthétiques, les culottes menstruelles se déclinent en microfibre et en dentelle et en 3 formes : culotte taille semi basse, shorty et string invisible sous les vêtements avec un entrejambe suffisamment large pour recueillir les flux.

## DES MAILLOTS DE BAIN

### ÉCAÏLES SWIMWEAR, DES MAILLOTS POUR HOMME ECO-RESPONSABLES

La marque de maillots de bain éco-responsables, créée par Florent Moreau, est imaginée spécialement pour les hommes qui partagent sa passion pour l'eau et son engagement envers l'environnement. Chaque pièce est conçue avec soin à partir de matériaux de haute qualité et respectueux de l'environnement. Les tissus sont 100 % recyclés Seaqual® (provenant des déchets des océans : filets de pêche, bouteilles en plastique récupérées...) et les méthodes de fabrication éco-friendly témoignent de son engagement à réduire l'empreinte carbone et à préserver les précieuses ressources marines.

### NOUMI SWIM, DES MAILLOTS DE BAIN ÉCHANCRÉS POUR TOUTES LES FEMMES

La marque de maillots de bain est fabriquée avec des tissus en polyamide et polyester recyclé. Noémie Guyard, sa créatrice, souhaite offrir des formes échanrées pour toutes les femmes et pour toutes les formes. Noumi Swim c'est la forme d'un maillot engagé, sexy et audacieux, afin de mettre en avant la beauté de tous les corps.

# NEWS, SALON INTERFILIÈRE PARIS

01510

01556

## LES NOUVEAUTÉS DES EXPOSANTS

La recherche de confort et d'élégance dominent les nouveautés dans les collections présentées par les exposants. Qu'il s'agisse de dentelles ou de mailles, l'envie de confort a mobilisé les bureaux d'études autour d'une extensibilité accrue. Les tissus à fonction dotés de performances telles que la respirabilité, la gestion de l'humidité et les propriétés antibactériennes ou anti odeurs ouvrent de nouveaux axes de développement sur le marché de la lingerie, du homewear et du sport et du sportswear. Les spécialistes des tissus pour lingerie ont savamment dosé les recherches d'effets à travers de nouvelles palettes, ou le travail de motifs inédits. Les nouveautés écoresponsables gagnent elles aussi du terrain sur tous les marchés : dentelles, broderies, mailles, tissus, accessoires. Parmi tous ces développements, quelques nouveautés marquantes :

**ANTIK DANTEL** : une toute nouvelle collection de dentelles écoresponsables en polyester et polyamide recyclés, et une collection élargie de dentelles en mélanges coton.

**BUGIS** : de nouveaux jerseys pur lin en teintures végétales et de nouveaux jerseys fantaisies « papier » tricotés avec 53% de fibres issues du papier, et 39% de fibres de polyester recyclé.

**CHANTY LACE** : de nouvelles dentelles en fils de coton égyptien bio très fins et des dentelles en Modal aspect soie.

**DECORINE LACE & TEXTILES LTD** : des dentelles stretch dotées d'une extensibilité dans les quatre sens et de nouvelles dentelles écoresponsables à base de fils biosourcés, de Tencel et de Modal.

**DEVSEL NARROW ELASTICS COMPANY** : des bandes élastiques réalisées avec de nouveaux fils respirants « anti-odeurs » et de nouvelles teintures organiques à base de coquilles de noix, gingembre, curcuma...

**FABTEX ENTERPRISE CO. LTD** : des jerseys écoresponsables avec une qualité de 165g/m<sup>2</sup> en mélange Umofil (70%) et élasthanne (30%) et une qualité 170 g/m<sup>2</sup> en mélange Umofil Beauty Fiber /Tencel (48%) Modal (47%) et élasthanne (5%).

**FEMINA LACE** : des dentelles stretch avec une extensibilité dans les quatre sens et une nouvelle dentelle très douce à contrôle léger en fils recyclés.

**GROBELASTIC SA** : de nouvelles bandes élastiques dotées d'un traitement waterproof, destinées surtout aux culottes menstruelles.

**INNOVA FABRICS** : de nouvelles laminations sur jacquards et sur tissus fantaisies.

**JEAN BRACQ** : des dentelles à motifs ondulés et des dentelles brodées en fils de soie, fils bourdon, gros serti, ou soutache.

**LENZING AG** : deux nouvelles fibres avec le TENCEL™ Modal x Indigo Color doté de performances optimum en termes d'écoresponsabilité et le LENZING™ ECOVERO™ x REFIBRA contenant 20% de fibres de coton recyclées post-consommation.

**LIBERTY TEX CO. LTD** : de nouvelles broderies appliquées sur un tissu plissé pouvant être utilisée comme garniture festonnée.

**MARCEL LIEBAERT NV** : une nouvelle gamme des célèbres Nanostitch à motifs imprimés en teintes néon.

**MICHELE LETIZIA** : une nouvelle collection de bandes élastiques inspirée par l'intelligence artificielle mêlant design créatif et technologie innovante.

**PREFORMATEX** : une nouvelle coque au design innovant inspiré par la silhouette d'une flamme positionnable soit légèrement croisée (figurant un cœur à l'envers) soit droite (figurant les flammes d'un feu).

**QIDONG MEIHUANG GARMENTS CO. LTD** : une collection mode et fonctionnelle avec de nouveaux articles en clean-cut et à bords francs.



Rocle by Isabella

**QUANZHOU ZHONGXIN TEXTILE CO. LTD** : un nouveau tissu quatre-couches anti-bactérien et écoresponsable doté d'une technologie « maison » et un nouveau tissu Dry-Tech respirant et à gestion d'humidité réalisé à partir de fils spéciaux (fibres à section en X).

**ROCLE BY ISABELLA** : de nouveaux faux-unis et de nouvelles fantaisies à paillettes minérales écoresponsables.

**SAKAELACE HK LTD** : des dentelles Leavers à motifs délicats découpés à la main, et de nouvelles dentelles Leavers à bords festonnés.

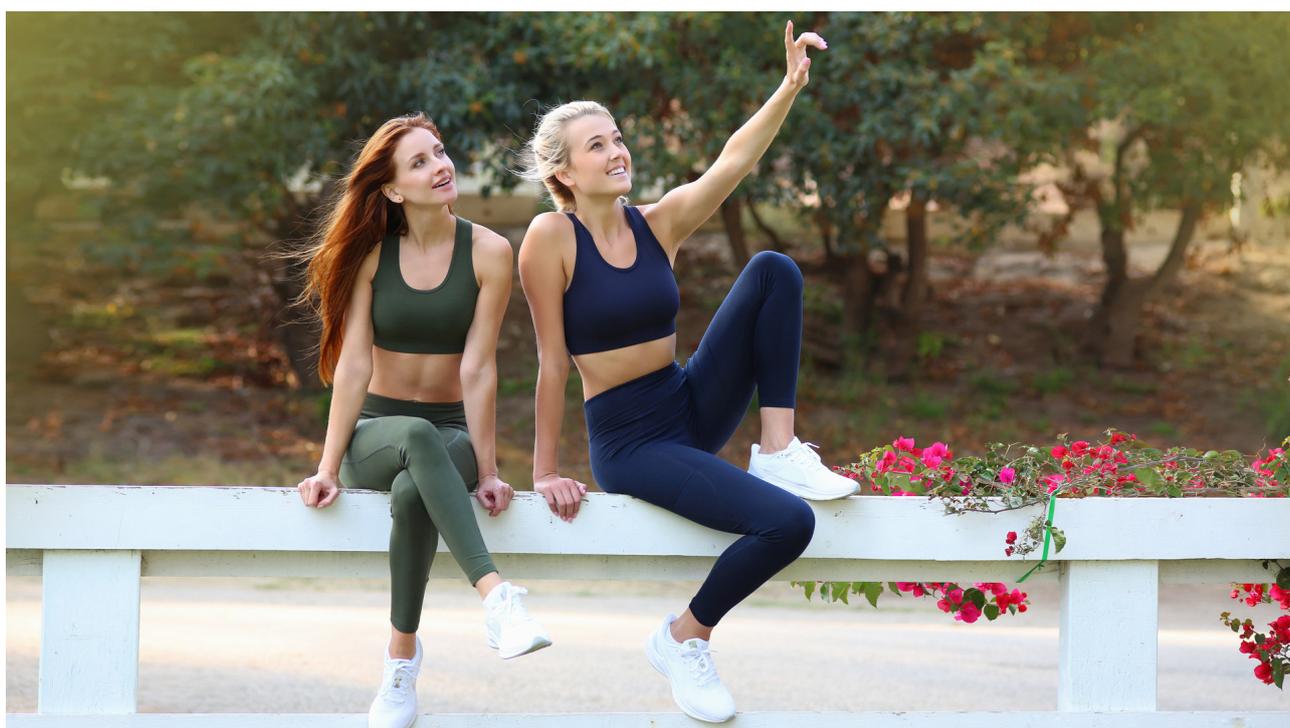
**SHENZHEN RUNLAM KNITTING ANTICIPATES CO. LTD** : de nouvelles mailles, interlock, jersey, jacquard en fibres biosourcées et biodégradables.

**SUNNY LACE CO. LTD** : une dentelle innovante en jacquard crochet à impression digitale et une nouvelle broderie stretch ajourée avec un look jersey.

**VIOLETTA CO. LTD** : de nouvelles dentelles en résille gainantes à bord net tricotées dans une maille à structure anti-glisse.

**WING YUE TEXTILE COMPANY LIMITED** : de nouvelles mailles circulaires hautement fonctionnelles développées dans différents poids allant de 100 à 300 g/m<sup>2</sup>.

**YEHUI LINGERIE ACCESSORIES CO. LTD** : de nouveaux accessoires lingerie avec des boucles en métal dégradable.



Sanko



**CONTACT PRESSE**

AKAGENCY / Aleksandra Kawecki  
aleksandra@akagencyparis.com  
0682303557

**SAVE THE DATE**

Curve Paris & Interfilière Paris

du 8 au 10 septembre 2024  
Paris - Porte de Versailles

*Undress Code*

