



Visto su Linea Intima

2012
100 PAGINE
DI NOVITÀ
E ANTEPRIME
FOCUS SFILATE
MIAMI RIO
SÃO PAULO
GRAN CANARIA
FIRENZE PARIGI

EMAMMO

Since **1957** the italian **leading** lingerie and **swimwear** magazine

www.networkdessous.com

Marina Abagnale, il nuovo marchio di Port Rose Group

IL NUOVO BRAND LANCIATO DA PORT ROSE GROUP PRENDE IL NOME DALLA SUA IDEATRICE MARINA ABAGNALE, CHE NEI SUOI CAPI FONDE UN FORTE SENTIMENTO DI ROMANTICISMO CON UN ELEGANTE SENSO DI SEDUZIONE. LA COLLEZIONE, MODERNA E GLAMOUR, PROPONE UNA GRANDE VARIETÀ DI MODELLI: BIKINI DAI TAGLI PIÙ VARI, REGGISENI PUSH-UP, TRIANGOLI CON LACCETTI E COSTUMI INTERI, TUTTI DOMINATI DA CROMIE ACCESE ED ESOTICHE, TONI BRILLANTI ALTERNATI A NUANCE DECISE E SCURE, EFFETTI CROMATICI SORPRENDENTI, BINOMI BIANCO/NERO RIPRESI DALL'HAUTE COUTURE, TESSUTI ULTRA LEGGERI IN MICROFIBRA, ELASTICIZZATI, LUCIDI O OPACHI. SPICCA LA SERIE DEGLI INTERI ISPIRATA AGLI ANNI '80, DALLE LINEE ULTRA SEXY CHE LASCIANO SCOPERTI SCHIENA E VENTRE E NON MANCANO I MODELLI CHE METTONO IN RISALTO IL SENO. INFINE I REGGISENI A FASCIA MULTICOLOR, GEOMETRICI O ANIMALIER, SI ARRICCHISCONO DI DETTAGLI SARTORIALI, PAILLETES, STRASS E RICAMI GIOIELLO.



NUOVI SVILUPPI PER MASTER

Per il 2012 il marchio Master si rinnova con un'implementazione dell'offerta di intimo (finora solo basic) e l'introduzione una parte moda e un'area notte/casa. Sarà però il beachwear ad avere un ruolo chiave nella ristrutturazione del brand: Master potenzia infatti la collezione mare in chiave fashion, sviluppando Pàp e accessori spiaggia, per un nuovo total look "casa e vacanza" tutto al maschile.

PRIMA COLLEZIONE UOMO H.J.T BEACHWEAR

Per la P/E 2012 H.J.T debutta con la prima collezione mare in versione maschile, per l'uomo giovane e dinamico. Articolata e coordinabile, la collezione spazia dal costume da bagno al bermuda, dalle t-shirt e polo abbinate ai calzoncini agli accessori (ciabatte, telo e borsa mare), per un total look estivo pensato per il viaggio. I capi, freschi e disinvolti, puntano a soddisfare il desiderio di evasione e di relax, con l'utilizzo di tinte che vengono da paesi lontani. I colori degli elementi naturali, dal fango all'indaco, si legano ai profumi delle spezie orientali, i toni della terra si sovrappongono alla delicatezza dei fiori, mentre le profondità marine e i colori primari convivono in sorprendenti mescolanze.



BOOBS & BLOOMERS, TEEN BEACHWEAR

The Body Cover Group presenta la sua ultima novità per la P/E 2012: la collezione beachwear Boobs & Bloomers rivolta a teenager al passo con i tempi che amano avere un look trendy anche sotto l'ombrellone. Bikini a triangolo o a fascia e top, abbinati a gonnelline e shorts, sono rallegrati da vivacissime stampe a cuoricini, pois, stelle e righe, declinate in un brillante arcobaleno che spazia dai fantasiosi colori pastello alle intramontabili nuance marine rosso e blu.



ALLEN COX PRESENTA ACX

Per la P/E 2012 nasce ACX (Allen Cox Athletic): tre lettere a sottolineare la struttura 'agile e leggera' della collezione, che amplia e sviluppa a pieno tutte le potenzialità del brand. L'obiettivo è applicare il concetto di vestire 'il tempo libero', che Allen Cox esprime da sempre nell'ambito del beachwear, anche nell'outwear. Capi facili 'sweat suit' che seguono il trend di un look metropolitano libero e dinamico, e che trovano ispirazione tra il 'competitive running' ed il 'fashion leisure'. Tre i materiali presenti nella collezione, per vestibilità confortevoli ma slim su capi giovani e fashion: il jersey, la felpa elasticizzata e il piquet rigato, per 12 articoli suddivisi in due gruppi tendenza accomunati da un look metropolitano libero e dinamico. Il mood "Army", nei toni dell'avio e del verde militare, si articola in t-shirt, felpe (jacket and trouser) e polo rigate con finiture in maglia, tutte in tinto capo per donare un aspetto leggermente "vissuto". Il secondo mood, Golden Boy, giocato sui colori basici bianco e blu e sulla tinta moda ottanio intenso, è caratterizzato dai tocchi oro presenti nelle fettucce e nelle personalizzazioni galvaniche metalliche.



Take The Wave punta allo stile

RICERCA E DESIGN, MACCHINARI E TECNOLOGIE ALL'AVANGUARDIA, STUDIO DEI NUOVI TRENDS E CURA DEL SINGOLO CAPO IN OGNI STEP PRODUTTIVO: CON I MARCHI DI PROPRIETÀ OCENIKA E CLOCHARME PER LEI, TAKE THE WAVE PER LUI, E CON I BRAND IN LICENZA BEVERLY HILLS POLO CLUB, FRUTTA, HOLLYWOOD MILANO E GIANMARCO VENTURI, GIORGIO SRL E UN'AZIENDA GIOVANE E DINAMICA, SINONIMO DI BEACHWEAR DI QUALITÀ AL GIUSTO PREZZO NEI CANALI DETTAGLIO, WHOLESALE E GDO E UN RIFERIMENTO ANCHE NEL PRIVATE LABEL. DESTINATI A UN PUBBLICO MASCHILE CHE AMA INDOSSARE CAPI FASHION, I PANTALONCINI DELLA COLLEZIONE TAKE THE WAVE SEGUONO UN'ATTENTA RICERCA STILISTICA CHE CONIUGA LA COMODITÀ CON UN LOOK ELEGANTE.

NUOVA COLLEZIONE L'HOM D'ALEXIS MABILLE

Hom presenta una nuova collezione di intimo disegnata da Alexis Mabilille esclusivamente per gli uomini. L'Hom d'Alexis Mabilille si colloca all'incrocio tra due mondi: quello dell'intimo e quello del Pàp, basati sulla valorizzazione e la messa in evidenza del corpo maschile. Questa raffinata e nuova linea fashion unisce il know how di HOM con la freschezza del nuovo genio del design francese. La prima collezione ha sfilato a Parigi il 23 giugno all'interno della sfilata Pàp P/E 2012 di Alexis Mabilille. Come spiega lo stilista, L'Hom d'Alexis Mabilille è una nuova idea della vita che si articola intorno all'intimo maschile, conciliando diversi tipi di taglio e di colori con forme comode, ma anche con una fantasia e una freschezza senza compromessi e una sensualità decisamente sfrontata: un universo maschile attuale, leggero, frivolo, che annuncia un nuovo tipo di uomo, più spontaneo, più libero, anche nella seduzione, che sa riconoscere il proprio corpo e il proprio gusto per la lingerie maschile.



ERRATA CORRIGE

NEL NUMERO DI LUGLIO 2011 DI LINEA INTIMA (N°315), A PAGINA 146 DELLA RIVISTA, LA FOTO QUI RIPORTATA È APPARSA SENZA DIDASCALIA. CI SCUSIAMO CON I LETTORI E CON L'AZIENDA COINVOLTA E SEGNALIAMO CHE IL CAPO APPARTIENE ALLA COLLEZIONE P/E 2012 DI SLOGGI.

