

LISA LINGERIE, pour et par les hommes.

La lingerie n'est plus simplement une affaire de femmes. Les créateurs se penchent désormais sur l'élaboration de belles collections au masculin, car les hommes s'intéressent enfin à leurs sous-vêtements. Ils ne se contentent plus de modèles uniquement confortables, mais revendiquent des sous-vêtements originaux, modernes et branchés. Une évolution des comportements qui n'a pas échappé à la marque LISA LINGERIE, comme le prouve sa gamme Homme (et la gamme Tandem) ainsi que sa politique de recrutement qui ouvre aux hommes le statut de Vendeur à Domicile Indépendant (ou V.D.I).

« Notre marque suscite l'intérêt de plus en plus d'hommes, que ce soit pour la porter mais aussi pour la proposer en qualité de conseillers de vente » explique Isabelle DEFRANCE, fondatrice et directrice de LISA LINGERIE. La ligne « homme » est diffusée depuis la création de LISA LINGERIE, en octobre 2005, avec une volonté affichée depuis, de développer le plus possible cette gamme, griffée LISA LINGERIE et LISA UNDERWEAR by K, en référence au partenariat établi avec la marque Kahmo, pour la ligne des boxers duo.

« Nous proposons une dizaine de thèmes différents déclinés sur nos boxers, slips, teeshirts ainsi que des shortys femme assortis ». Le concept est en effet de proposer aux couples de coordonner leurs sous-vêtements, pour une collection « tandem ». Un soin particulier est apporté également au choix des matières, très douces, extensibles et respirantes, composées d'un « subtil mélange de microfibre, de coton et d'élasthane ».

A ce jour, LISA LINGERIE compte près de 380 conseiller(e)s de vente, répartis sur tout le territoire national (dans 77 départements métropolitains et d'outre-mer), mais aussi en BELGIQUE et en SUISSE, dont 20% d'hommes qui exercent seuls, ou avec leurs épouses. *« Depuis la création de la société, ce chiffre est en perpétuelle augmentation, notamment grâce à la gamme « hommes » que nous développons de plus en plus ».*

Ces conseillers distribuent toute la gamme, féminine, masculine, duo, la ligne Nuit, les maillots de bain et les Dessus-Dessous, car *« les clientes apprécient les conseils masculins. C'est un peu le même principe que chez le médecin par exemple, elles ne voient plus l'homme mais le spécialiste en la matière ».* Quant à la clientèle masculine, elle n'hésite pas à se faire plaisir mais également en profite pour offrir un cadeau charme à leur compagne ou épouse.

En optant, dès la naissance de LISA LINGERIE, pour une collaboration avec divers créateurs et fabricants de lingerie haut de gamme, Isabelle DEFRANCE permet en effet à ses conseiller(e)s de proposer un très large choix de créations, dans toutes les tailles, toutes les formes, tous les styles et toutes les matières. Par ailleurs, un roulement continu de la gamme s'opère tout au long de l'année, pour le plus grand bonheur des acheteurs... et des vendeurs ! Autant d'ingrédients expliquant le succès et le développement de LISA LINGERIE. Depuis sa création en octobre 2005, la société ne cesse de voir son chiffre d'affaires progresser. Entre 2008 et 2009, la société a enregistré une augmentation de 76 %, puis 33 % en 2010 et les prévisions pour l'année 2011 sont d'ores et déjà à 80 % !

CONTACTS PRESSE

Jean-François Marty • 06 09 37 08 58 • jf-marty@jf-marty.com