

VareseNews

L'intimo di Jennifer Lopez sceglie Yamamay

Pubblicato: Mercoledì 14 Novembre 2007



Sembra tanto fashion, ma è un gran matrimonio d'affari quello che è stato tra **Jennifer Lopez** (JLo, per i milioni di fan della cantante latina sparsi per tutto il mondo) e la **YamamaY**, il marchio gallaratese di intimo che nasce tra l'incontro della storica azienda di intimo Garda e gli imprenditori napoletani proprietari del marchio di borse Carpisa. Un accordo che domani, **15 novembre**, diventerà realtà nei negozi della catena: che forti di una presentazione milanese presente l'artista latina e tante iniziative in tutta Italia, **commercializzeranno il catalogo** con il suo marchio.

Per YamamaY , che per la linea JLo for YamamaY ha siglato una licenza triennale di esclusiva mondiale, la collezione di sottovesti e perizoma col marchio di uno dei più apprezzati fondoschiena del mondo – che le anticipazioni dicono fatti con l'uso anche di **strass, pietre e tessuti metallizzati** – è una spinta formidabile alla diffusione internazionale del marchio, specialmente sul mercato statunitense: per la prima collezione, prodotta in 350.000 capi, la stima di fatturato minimo è di 10 milioni di dollari, ma le previsioni di vendita si attestano su cifre di gran lunga superiori. Una spinta che ha fatto annunciare ieri a **Luciano Cimmino**, uno degli azionisti del marchio gallaratese, che per l'azienda «la Borsa è un sogno che potrebbe realizzarsi nell'arco di 5 anni, dopo aver verificato la volontà degli altri soci di costituire una holding che raggrupperebbe i due brand (Yamamay e Carpisa)». E l'obiettivo dello sbarco in Borsa, sarebbe proprio l'espansione sui mercati esteri, perché «per andare all'estero in maniera seria ci vogliono capitali».

Per JLo, invece, legarsi a YamamaY ha significato innanzitutto **completare il "pacchetto" di prodotti a marchio** da lei già commercializzati, che comprendono di tutto: dai profumi ai vestiti, dalle borse alle cinture dai gaunti alle scarpe, dai gioielli agli shampoo. Contribuendo, con un made in Italy molto ammicante, a completare l'offerta per i suoi futuri negozi monomarca, che sotto il nome Sweetface hanno già aperto a Mosca. Così quella che è secondo tutte le classifiche la donna latina più potente al mondo può continuare anche con l'aiuto di una azienda varesina, la sua politica commerciale che di abbigliamento, musica, cinema e televisione ha fatto un tutt'uno che fa scuola.

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it

