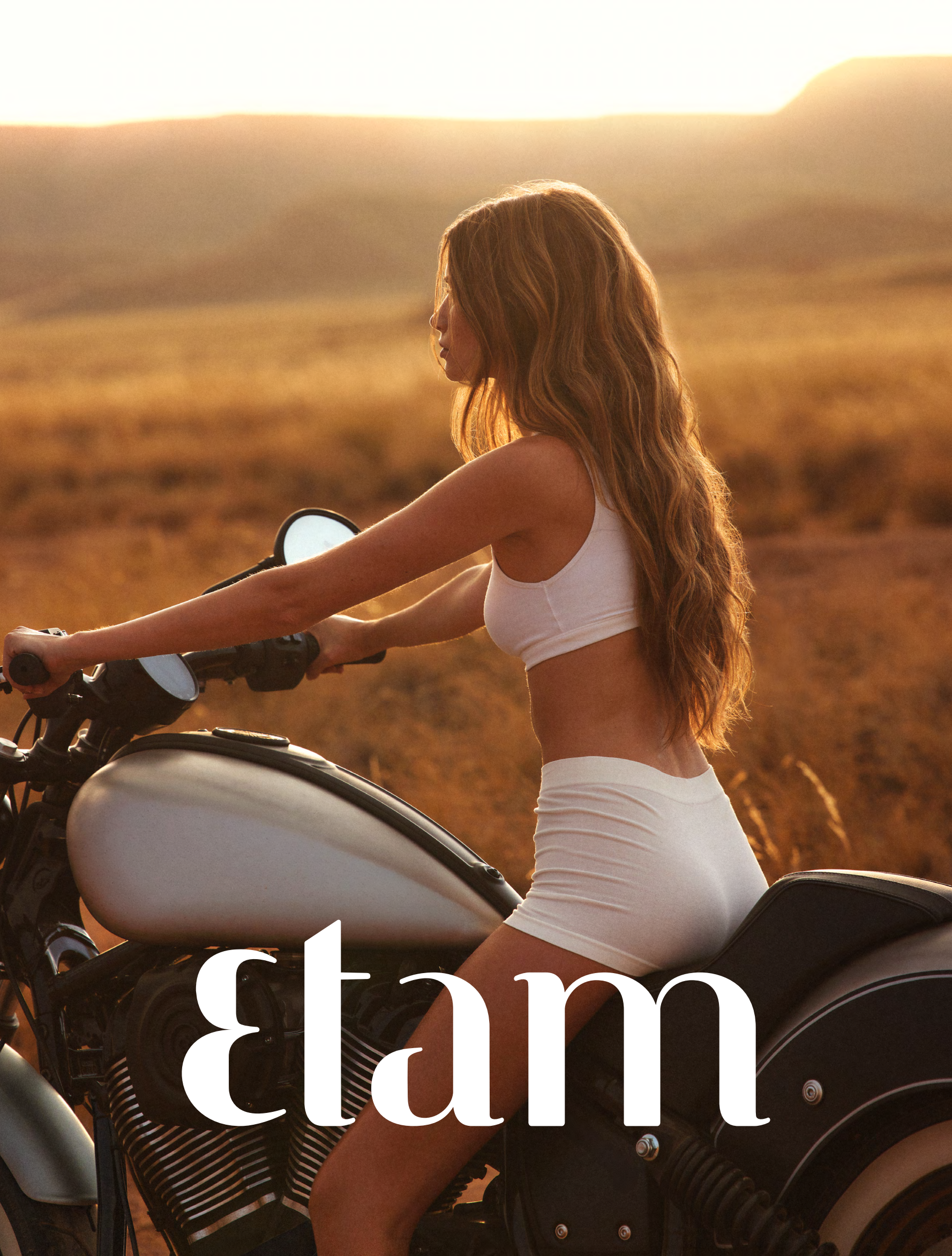




etam

PASSIONATE, CONFIDENT, FREE

ETAM, 110 AÑOS DE PATRIMONIO. LA HISTORIA CONTINÚA.

Etam, una Maison de 110 años, más libre que nunca. En este inicio de temporada 2026, Etam abre un nuevo capítulo de su historia. Nueva plataforma de marca, nueva identidad visual, nueva campaña: la Maison evoluciona su forma de expresarse sin renunciar a aquello que la define desde 1916. Libre para jugar con sus códigos y recurrir a su historia sin dejar que esta quede nunca anclada en el tiempo. Desde hace más de un siglo, Etam acompaña a las mujeres, sus cuerpos, sus deseos y sus formas de vivir. Hoy, esta historia continúa con la misma voluntad: convertir cada época en una nueva fuente de inspiración para crear.

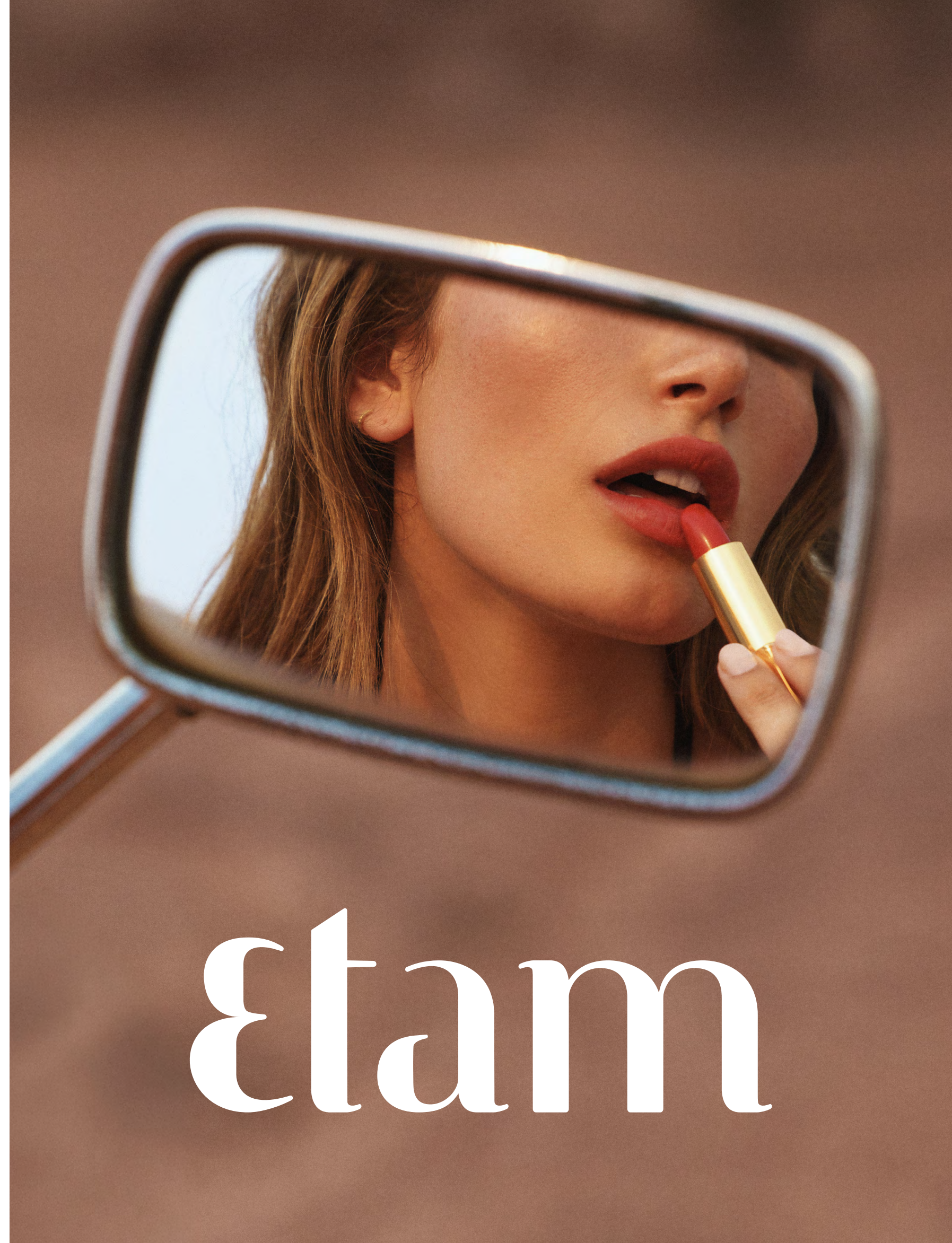
LA NUEVA CAMPAÑA: UNA SILUETA, UNA ACTITUD

Una mujer, una moto, el desierto. La nueva campaña de Etam se inspira en la cultura de los años 90 y en aquellas mujeres que se convirtieron en iconos por su capacidad de encarnar mucho más que una imagen: una actitud, una libertad, una forma de ser capaz de cautivar a toda una generación. En este paisaje de horizonte abierto, la silueta se afirma y el cuerpo ocupa su lugar con una sensualidad instintiva, casi cinematográfica. Cowboy Gangster Politician de Goldie Boutilier se convierte en la banda sonora de la campaña y marca su ritmo: el de una mujer libre, segura de sí misma y profundamente viva.

DE GENERACIÓN EN GENERACIÓN

Etam ocupa un lugar especial en los recuerdos de varias generaciones de mujeres. Una marca que se descubre, se redescubre y, a veces, se transmite. Hoy, esta historia compartida se enriquece con una multitud de voces, cuerpos, personalidades y pasiones. Etam irá al encuentro de estas mujeres, en particular a través de una serie de retratos a cargo de la fotógrafa Sonia Sieff, para captar aquello que hace única a cada una de ellas.

Una comunidad viva en la que las generaciones se encuentran y las historias dialogan entre sí.



etam



HOUSE OF ICONS - 29 DE SEPTIEMBRE DE 2026

Durante la Fashion Week de París, Etam elige este año un ritmo diferente. La marca presenta House of Icons, una velada deliberadamente íntima en el Bus Palladium, un lugar icónico de París, que reunirá a los amigos de la Maison para dar vida, durante una noche, a este nuevo territorio.

Moda, música y danza comparten un mismo escenario. Las icónicas bailarinas de Crazy Horse Paris dan cuerpo a esta visión en una actuación colectiva junto a personalidades singulares. A su lado, Imany, Goldie Boutilier, Sam Quealy y Noémie Ferst aportan sus voces, sus universos y sus propias maneras de representar a las mujeres.

Generaciones y formas de feminidad diferentes reunidas durante una noche, en una misma energía.

110 AÑOS DE SABER HACER

Desde hace 110 años, el saber hacer corsetero de Etam se transmite y se reinventa: en la precisión de un corte, el diseño de un encaje, la construcción de un sujetador y la forma en que un tejido se encuentra con el cuerpo.

Este saber hacer atraviesa generaciones y ha dado forma a un patrimonio hecho de gestos, siluetas e imágenes. Hoy, este legado se convierte en una fuente viva de inspiración y en un espacio de expresión que permite a Etam seguir creando prendas, imágenes y momentos de vida que, mañana, resonarán con la misma fuerza. Los archivos del mañana se escriben hoy.

ETAM: CIFRAS CLAVE

110 años de saber hacer corsetero
833 tiendas en todo el mundo, 363 de ellas en Francia
Presencia en 40 países
56 corners Nordstrom en Estados Unidos
Etam cuenta con la certificación B Corp™ desde febrero de 2026

SOBRE ETAM

Fundado en 1916, el Grupo Etam es un grupo francés familiar e independiente especializado en lencería y moda femenina. El Grupo reúne cinco marcas, cuatro de ellas posicionadas en el segmento de la lencería: Etam, Undiz, Ysé y Livy, cada una dirigida a un perfil de clienta diferente.





etam