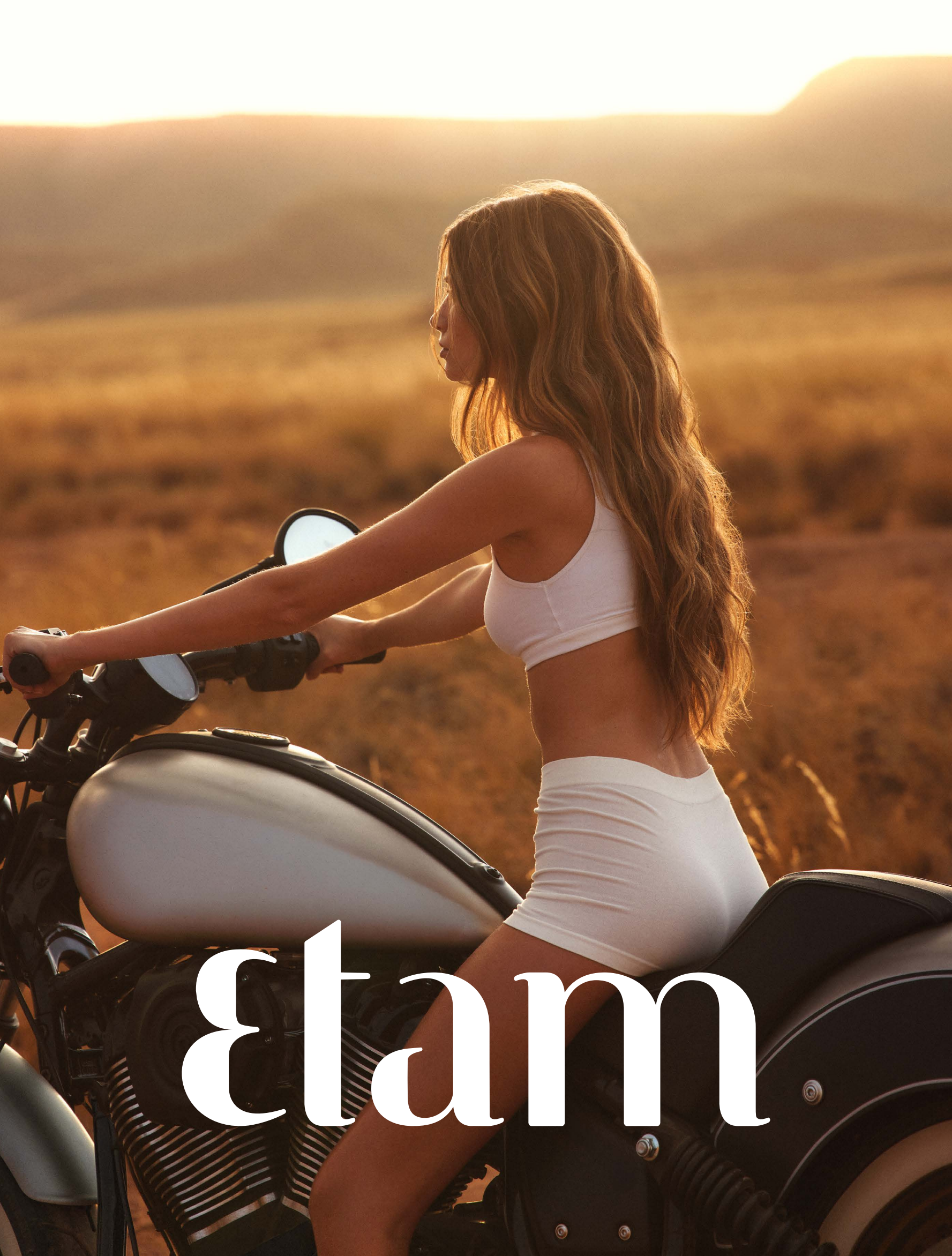




etam

PASSIONATE, CONFIDENT, FREE

ETAM, 110 ANS DE PATRIMOINE. L'HISTOIRE CONTINUE.

Etam, une Maison de 110 ans, plus libre que jamais.

En cette rentrée 2026, Etam ouvre un nouveau chapitre de son histoire.

Nouvelle plateforme de marque, nouvelle identité visuelle, nouvelle campagne : la Maison fait évoluer son expression sans renier ce qui la définit depuis 1916. Libre de jouer avec ses codes et de puiser dans son histoire sans jamais la figer. Depuis plus d'un siècle, Etam accompagne les femmes, leurs corps, leurs envies et leurs façons de vivre. Aujourd'hui, cette histoire continue avec la même envie : faire de chaque époque une nouvelle matière à créer.

LA NOUVELLE CAMPAGNE : UNE SILHOUETTE, UNE ATTITUDE

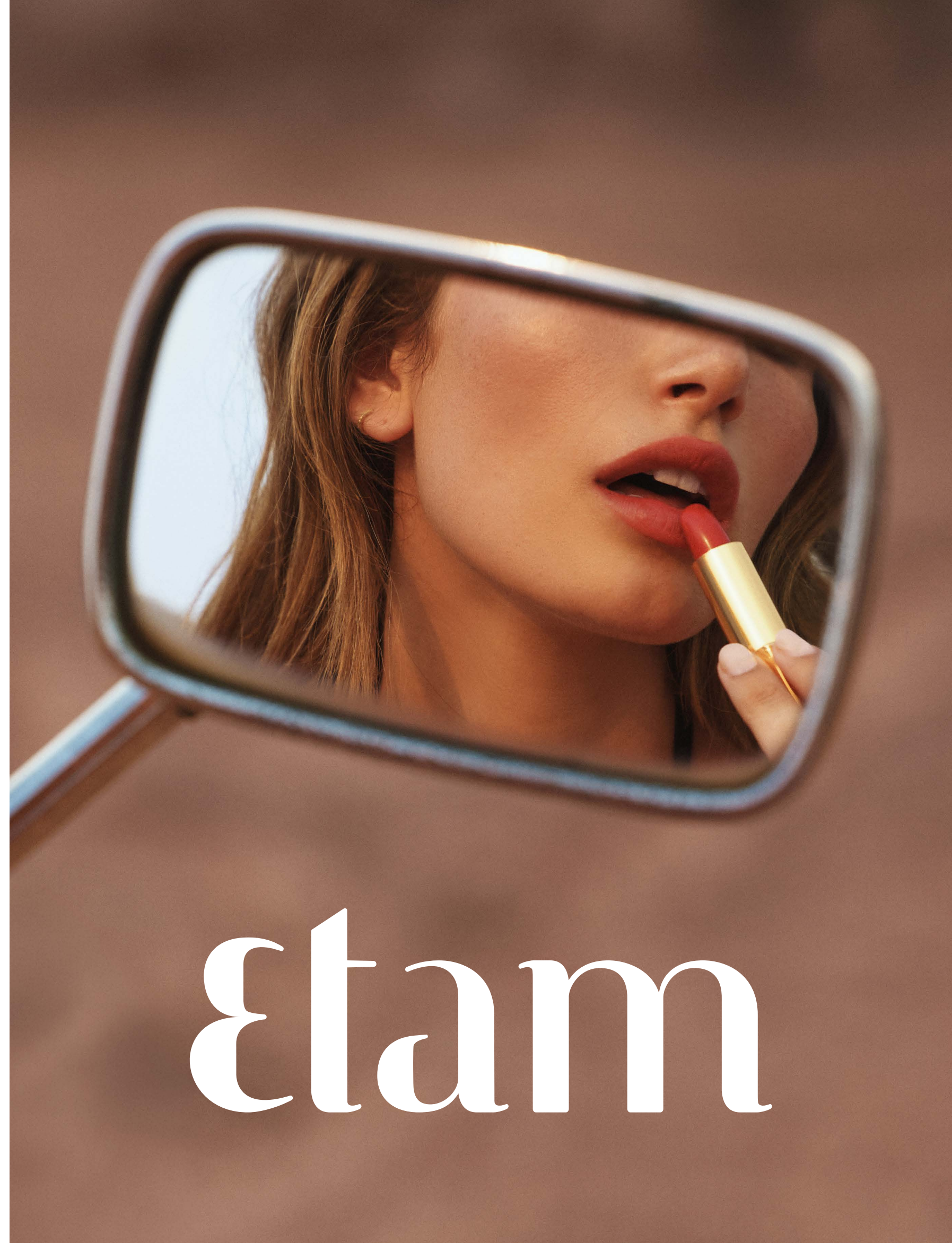
Une femme, une moto, le désert. La nouvelle campagne Etam puise dans la culture des années 90, celle de femmes devenues des icônes par leur capacité à incarner bien plus qu'une image : une attitude, une liberté, une façon d'être capable d'embarquer toute une génération. Dans ce décor à l'horizon grand ouvert, la silhouette s'affirme et le corps prend sa place avec une sensualité instinctive, presque cinématographique. Cowboy Gangster Politician de Goldie Boutillier devient la bande-son de la campagne et lui donne son rythme : celui d'une femme libre, affirmée et profondément vivante.

DE GÉNÉRATION EN GÉNÉRATION

Etam appartient à la mémoire intime de plusieurs générations de femmes.

Une marque que l'on découvre, que l'on retrouve, que l'on se transmet parfois.

Cette histoire commune se nourrit aujourd'hui de voix, de corps, de personnalités et de passions multiples. La marque ira à leur rencontre, notamment à travers une série de portraits confiée à la photographe Sonia Sieff, pour saisir ce qui les rend singulières. Une communauté vivante, où les générations se croisent et les histoires se répondent.



etam



HOUSE OF ICONS - 29 SEPTEMBRE 2026

Pendant la Fashion Week parisienne, Etam choisit cette année un autre tempo.

La marque imagine House of Icons, une soirée volontairement confidentielle au Bus Palladium, iconique lieu parisien, pour réunir les amis de la Maison et faire vivre, le temps d'une nuit, ce nouveau territoire. Mode, Musique et Danse composent une même scène. Les danseuses iconiques du Crazy Horse Paris donnent corps à cette vision dans une performance collective portée par des personnalités singulières.

À leurs côtés, Imany, Goldie Boutilier, Sam Quealy et Noémie Ferst apportent leurs voix, leurs univers et leurs façons de raconter les femmes. Des générations et des féminités différentes réunies le temps d'une nuit, dans une même énergie.

110 ANS DE SAVOIR-FAIRE

Depuis 110 ans, le savoir-faire corsetier d'Etam se transmet et se réinvente : dans la précision d'une coupe, le dessin d'une dentelle, la construction d'un soutien-gorge, la manière dont une matière rencontre le corps.

Ce savoir-faire traverse les générations et nourrit un patrimoine fait de gestes, de silhouettes et d'images. Aujourd'hui, cet héritage devient une matière vivante, une source d'inspiration et un terrain d'expression pour continuer à créer des pièces, des images et des moments de vie, qui, demain, résonneront avec la même force.

Les archives de demain s'écrivent aujourd'hui.

ETAM EN QUELQUES CHIFFRES

110 ans de savoir-faire corsetier
833 magasins dans le monde, dont 363 en France
Une présence dans 40 pays
56 corners Nordstrom aux États-Unis
Etam certifiée B Corp™ depuis février 2026

À PROPOS D'ETAM

Fondé en 1916, le groupe Etam est un groupe français familial et indépendant, spécialisé dans la lingerie et la mode féminine. Le groupe réunit cinq marques, dont quatre positionnées sur le segment de la lingerie : Etam, Undiz, Ysé et Livy, chacune s'adressant à des profils de clientes différents.





etam