

# Evalinka est passée des tops à la silhouette complète

**E**VALINKA se repositionne sous l'impulsion de la jeune et nouvelle directrice Julie Minassian. Créée en 1995 par le père, Claude Minassian, la marque marseillaise de prêt-à-porter féminin, spécialiste de la maille milieu-haut de gamme, a travaillé le style et l'image. «*Nous avons une collection composée essentiellement de hauts, basiques et pas assez branchés, sans*

*véritable cohérence*, explique Julie Minassian. *Nous avons revu le style, pour identifier clairement le produit et lui donner du caractère sans pour autant bouleverser la cliente, une femme active et moderne, sensuelle et douce, qui ne se cache pas.*»

Le travail a été confié à des bureaux de style italiens ainsi qu'à des stylistes freelance, et la nouvelle image de la marque s'est progressivement mise en place au cours des quatre dernières saisons. La collection de cet hiver compte cinq thèmes inscrits dans les tendances du moment, de la laine bouillie au mohair, dentelle, soie et taffetas, de l'ambiance folklore, au romantisme ou aux contes de fée. «*Nous avons travaillé les coordonnés*, poursuit Julie Minassian. *Avec l'élargissement de la gamme (jupes, robes, manteaux, tee-shirts et chemises), la marque est maintenant demandée aussi pour les silhouettes.*»

La production se fait en Italie. Evalinka, qui prévoit un chiffre d'affaires de 8 millions d'€ en 2006, en progression de 22% par rapport à l'année dernière, est diffusée dans près de 700 points de vente en France et plus de 200 à l'étranger (Royaume-Uni, Espagne, Taïwan, Canada et Belgique).

**CORINE TONARELLI ●**



## **MODÈLE EVALINKA.**

La marque marseillaise vise la femme active et moderne.