



# Hop Lun tente de rallumer la flamme de Dorina

*La marque de lingerie est relancée par son nouveau propriétaire hongkongais.*

**D**ORINA fait son grand retour en 2017. La marque est relancée à la fois en France et sur les marchés internationaux. Cédée, il y a un an et demi, par le groupe *Triumph* au hongkongais *Hop Lun Limited*, la griffe de lingerie née en 1968 a fait l'objet d'une totale remise à plat. Une nouvelle identité visuelle, un logo modernisé (une fleur et la couleur bleue), ainsi qu'un packaging repensé doivent lui permettre de se réinstaller dans l'univers de la lingerie.

«*Nous avons signé le rachat de Dorina en septembre 2015, mais l'achat a été effectif le 3 janvier 2016. L'équipe allemande est toujours en place. Pour les forces de vente françaises, une équipe dédiée est installée à Paris. Elle est accompagnée de représentants, qui couvrent l'intégralité du territoire et sont en contact direct avec les magasins*», indique un porte-parole du groupe *Hop Lun*.

Dans l'Hexagone, la marque va privilégier la grande diffusion, un circuit où elle avait ses habitudes, chez des enseignes telles qu'*Intermarché*, *E. Leclerc* ou *Hyper U*. Elle cible aussi le commerce en ligne et les sites *La Redoute*, *Amazon*, *Brandalley* et *Lemoncurve*.

La première collection de ce *Dorina* nouvelle version propose une palette très large de formes et de tailles, avec des soutiens-gorge bustier, triangle et des coques avec effet push-up. Les parures mêlent

dentelle et mailles imprimées, avec une volonté de s'inscrire dans la mode.

Pour parvenir à ce résultat, la marque de lingerie *Marie Meili*, qui appartenait à *Hop Lun*, a été intégrée dans *Dorina*. Cette association permet de proposer une offre complète aux femmes. «*Nous avons vraiment cherché à associer les savoir-faire des deux marques : la qualité, le prix et le confort de Dorina, d'une part, la fast fashion ainsi que la grande capacité de production de Marie Meili, d'autre part. La fusion entre les deux marques a donc étendu l'offre, atteignant un marché plus global et une clientèle plus large.*»

## Maillots de bain

L'objectif affiché est de conquérir de nouvelles consommatrices plus jeunes, à la recherche d'une lingerie dans l'air du temps, sans pour autant perdre les clientes habituées à *Dorina* et à ses collections plus classiques.

Cette relance s'accompagne d'une ligne de maillots de bain, *Dorina Aqua*, constituée de deux-pièces et une-pièce qui rassemblent tous les «essentiels» du secteur : de la rayure marine aux imprimés pois, en passant par des floraux tropicaux ou des dessins ethniques.

Une gamme *Dorina Active*, avec des brassières destinées à la pratique d'une activité sportive, est lancée, ainsi que les lignes *Dorina Curves* (pour les grandes

tailles et les grands maintiens), *Dorina Nursing* (dédiée à l'allaitement) et *Dorina Figure Chic* (qui rassemble les invisibles). Soit, au total, six lignes qui comptent bien s'imposer dans les linéaires des grandes surfaces, là où des labels comme *Sans Complexe* et *Billet doux* (groupe *Wolf Lingerie*) se disputent déjà des parts de marché avec *Dim*, *Variance* et *Triumph*.

Le groupe *Hop Lun* a de quoi tenir tête à ses concurrents. Il dispose de onze usines dans trois pays, qui lui permettent de produire 13 millions de pièces par mois pour d'autres entreprises, en plus de sa propre production pour *Dorina*, ainsi que pour *Sixty Eight* et *Scandale*.

Avec ces deux dernières marques, *Hop Lun* avait déjà tenté de percer sur le marché occidental, mais ses résultats se sont avérés peu probants. Racheté en 2007 au groupe *Devanlay*, *Scandale* a tenté depuis de se relancer à deux reprises en France, avec un positionnement luxe et boutique en 2012, puis shapewear et grande diffusion en 2014. Depuis, la griffe est plus ou moins en sommeil, mais son retour reste à l'étude. Quant à *Sixty Eight*, cette offre de lingerie au style jeune est aujourd'hui principalement diffusée en Chine et à Hongkong, après avoir été implantée dans le circuit multi-marque français jusqu'en 2006.

**BÉNÉDICTE JOURGEAUD ●**