

CHILLY ATTIVA TIKTOK SHOP: UNA NUOVA FASE PER L'ESPERIENZA DIGITALE DEL BRAND SU TIKTOK

Milano, 25 novembre 2025 - Dopo aver consolidato una presenza attiva su TikTok, con contenuti educativi e coinvolgenti, e conversazioni aperte su igiene intima e intimità, **Chilly** - parte di [Bolton](#) - compie oggi un ulteriore passo avanti, avviando un **progetto pilota su TikTok Shop**, la funzione eCommerce integrata nella piattaforma social.

Grazie a una nuova modalità di fruizione, che unisce contenuto, intrattenimento e shopping in un'unica esperienza, tutte le linee e le varianti del marchio sono ora acquistabili direttamente dall'app TikTok.

*"Con la presenza su TikTok Shop, Chilly evolve il proprio dialogo digitale con la community, offrendo uno spazio dove la fruizione di contenuti e l'esperienza di acquisto convivono in modo naturale e immediato. - dichiara **Simone De Pilla, Direttore Marketing Italia Personal Care Bolton** - Essere su TikTok oggi non significa solo comunicare, ma anche semplificare il percorso tra scoperta del prodotto e scelta d'acquisto, allineandoci alle abitudini digitali delle nuove generazioni. E non solo".*

L'iniziativa punta soprattutto a rafforzare il rapporto diretto con Gen Z e Young Millennials, target da sempre al centro della strategia del brand. Attraverso TikTok Shop, Chilly offre un'esperienza d'acquisto semplice, immersiva e coerente con il linguaggio della piattaforma, ampliando il valore dei contenuti già presenti sul proprio canale ufficiale.

Il profilo TikTok del marchio continuerà a proporre format originali, educational live streaming e collaborazioni con creator, comprendendo, ora, in modo fluido e integrato, anche il lato commerciale.

A supporto dell'iniziativa, infatti, è previsto un piano influencer dedicato, con Shoppable Videos e Live Sessions sviluppati intorno a uno specifico concept creativo e a prodotti

hero, come i detergenti intimi senza risciacquo e le nuovissime maschere intime in tutte le tre varianti: Lenitiva, Rinfrescante e Idratante.

In parallelo, Chilly rinnova il proprio impegno nella diffusione di una **cultura della cura personale consapevole**, superando la semplice informazione sull'igiene intima. La presenza del brand su TikTok, infatti, mira a trasmettere alle nuove generazioni un approccio più maturo e informato al benessere: dalla conoscenza del proprio corpo alla normalizzazione delle conversazioni sull'intimità. Un percorso che si riflette nei format e nei contenuti editoriali.

Così, l'iniziativa contribuisce non solo a offrire un'esperienza d'acquisto innovativa, ma anche a **promuovere un dialogo aperto, informato e inclusivo** su temi ancora spesso circondati da tabù, accompagnando le nuove generazioni verso una relazione più equilibrata e consapevole con il proprio benessere intimo.

Per il lancio e la gestione integrata del proprio canale TikTok Shop, il brand Chilly è affiancato da **COSMIC** e **Witailer**, i due **centri di competenza della MarTech Company Retex** specializzati, rispettivamente, nella produzione di contenuti video brevi, creativi e promozionali, e nella gestione del canale di shop online.

Il progetto ideato da COSMIC e Witailer per Chilly e sviluppato in collaborazione con **We Are Social**, social media agency di Chilly, garantisce al brand di Bolton Personal Care specializzato nei prodotti per l'igiene intima un **approccio end-to-end sulla piattaforma, integrando creatività, influencer marketing e gestione commerciale**.

In capo a Cosmic, la produzione dei contenuti, il coordinamento dei creator affiliati, i video shoppable e le sessioni live per massimizzare awareness e vendite. A Witailer, partner storico di Bolton Personal Care per la gestione dei marketplace, invece, il compito di coordinare tutti gli aspetti operativi e strategici legati al canale TikTok Shop: selezione dell'assortimento, definizione delle strategie promozionali, ottimizzazione delle pagine prodotto, allineamento tra team creativi, eCommerce e logistici.

Risultato: un flusso di lavoro sinergico e condiviso, che integra contenuti, vendite e KPI performance, con il coordinamento del team di Bolton Personal Care per supervisione della gestione ordini, logistica e fulfillment.



Chilly



*“Trasferire la voce autentica di Chilly su TikTok Shop è stata una sfida strategica e stimolante. Insieme a Bolton e al team Chilly, stiamo costruendo un percorso che unisce creatività, trasparenza e conversione, trasformando lo storytelling in esperienza d’acquisto immediata. - commenta **Eliana Salvi, Founder & CEO di COSMIC** - *TikTok Shop rappresenta una svolta: un ecosistema dove intrattenimento e shopping si fondono, apre nuove modalità di relazione tra brand e consumatore”.**

Da oggi, la conversazione con Chilly continua anche nello shopping. Su TikTok.

chilly-intimate.com

[@chilly_it](https://www.tiktok.com/@chilly_it)

[@chilly_it](https://www.facebook.com/Chillyintimo)

<https://www.facebook.com/Chillyintimo>

Per informazioni:

On Point PR: Cristina Gallo // cristina.gallo@onpointpr.it // +39 3457543514

Bolton Personal Care: Claudia De Silvestri // cdesilvestri@manettiroberts.it

Retex S.p.A. Società Benefit: Costanza Mastrovalerio // costanza.mastrovalerio@retex.com // +39 347 2620196

Ufficio Stampa COSMIC e Witailer

Bolton è un’impresa familiare italiana che produce beni di largo consumo e impiega 11.000 persone distribuite in 55 uffici, 16 siti produttivi, 10 laboratori di R&D e 13 navi da pesca in tutto il mondo.

Con un portafoglio diversificato che conta oltre 60 marchi di qualità nei settori Food (pesce e carne in scatola,

salse), Home Care, Personal Care, Adhesives e Beauty, Bolton migliora la vita di milioni di persone ogni giorno da più di 75 anni, rendendo la loro quotidianità più gustosa, piacevole, semplice e bella. Sono questi momenti di vita quotidiana

che fanno la differenza per le famiglie e il loro modo di vivere. Essere parte di tutti questi momenti ci permette di avere un impatto positivo sulle persone, sulle comunità e sul nostro pianeta.

www.boltongroup.net