

speciale

ERRO

TISMO

al femminile

DA ALCUNE STAGIONI
ASSISTIAMO A UNA
PROGRESSIVA
ACCENTUAZIONE DEL LATO
SEXY DELLA LINGERIE, CON
COLLEZIONI PIÙ "HOT" E
ORIENTATE
ALL'ACCESSORIZZAZIONE;
LINEA INTIMA VI PROPONE
UN QUADRO DELL'OFFERTA
PIÙ SIGNIFICATIVA ED
ELEGANTE

Lingerie sexy, un fenomeno di lunga data nel Nord Europa, che da alcune stagioni ha preso piede in modo evidente anche nei paesi mediterranei. Ma con una significativa differenza rispetto al passato: il concept ero-chic è sempre meno incentrato sull'immaginario maschile e sempre più sul desiderio della donna di piacersi e sul piacere che prova nel sedurre. Linea Intima e Cyl (la nostra rivista spagnola) hanno analizzato i fenomeni alla base di questo "spicy boom" e le ragioni di un mercato oggi in forte espansione.

Spicy boom...

Da sempre il gioco della seduzione è sotteso al concetto di lingerie e si esprime attraverso il sapiente utilizzo di pizzi, trasparenze e tessuti pregiati, spesso in raso e seta. Da sempre esistono marchi per cui il dettaglio sexy diventa elemento di distinzione e gioco di design, anzi molti brand, anche tra i più prestigiosi, hanno spesso in collezione delle linee specificatamente più sexy. Ma basta una semplice occhiata alle ultime collezioni dei marchi fashion per rendersi conto di come l'ero-chic sia ormai diventato un trend evidente e generalizzato. Del resto, in un'ottica di liberazione da pregiudizi e tabù, con il prêt-à-porter che mostra sempre di più il corpo, l'intimo non poteva che riappropriarsi del suo ruolo in modo più evidente ma con un approccio nuovo e moderno, adeguato ai nostri tempi, con design pensati per suggerire e provocare... Ma possiamo davvero parlare di "spicy boom"? La risposta è sì, se si considera il successo di molte collezioni create per questo segmento e dei nuovi punti vendita nati intorno al concetto al quale si aggiunge il crescente interesse mostrato verso questo tipo di prodotto anche dai negozi tradizionali. Un fenomeno che porta sempre più marchi, anche non storicamente legati all'universo ero-chic, a interessarsi a questo mercato ricco di potenzialità. Vediamo perché.

... for spicy women

I cambiamenti sociali connessi all'emancipazione femminile e alla liberazione sessuale sono alla radice della crescente accentuazione degli aspetti legati all'eros che non tocca soltanto l'intimo, ma anche la moda esterna, la pubblicità e la cultura in generale. Lo "spicy boom" della lingerie si riferisce però a una tipologia di donna in particolare, perché non tutte sono pronte a includere questo tipo di capi nel loro guardaroba. Dalle interviste condotte su un panel di negozi dalle nostre riviste, emerge come le consumatrici potenziali di questi prodotti siano don-





Kiki de Montparnasse



Coin, Paradise Lounge



Le Boudoir

LOSTILE PUNTA
SU SEXY
APERTURE,
AUDACI
TRASPARENZE,
GOCCI DI
STRINGHE,
APPLICAZIONE
DI PONPON
PIUME E LAPIN...

ne tra 25 e i 50 anni, economicamente emancipate e dal buon potere d'acquisto, naturalmente eleganti, sicure di sé e consapevoli della propria femminilità e dell'effetto che produce sugli altri. Benché influenzate dal mondo della moda, non la seguono alla lettera, ma la personalizzano e la adattano al proprio gusto, decidendo loro stesse come vestirsi, indipendentemente dall'età. Questo atteggiamento mentale si traduce in un nuovo approccio alla corsetteria, che nasce dal desiderio di sentirsi sexy e femminili prima di tutto per se stesse e che porta le donne a scegliere da sé il proprio intimo, senza lasciarsi condizionare dal punto di vista maschile e senza mai rinunciare a un pizzico di "fun". La scelta di un intimo più sexy risponde dunque a questo desiderio di affermazione della propria femminilità, che è comune a tre tipologie di donna: quella glamour, che vuole sentirsi una star tutti i giorni e che ama la corsetteria raffinata; quella estroversa, che sceglie i capi originali; e la falsa ingenua, che nasconde un'indole da vera seduttrice.

Eros e design

Ma quali sono le caratteristiche di questo "sexy di lusso", oggi addirittura protagonista sulle passerelle di marchi e stilisti? Come conferma un recente studio di Groupe Carlin, che presentiamo su questo numero, in reazione ad anni di porno-chic la parola "sexy" rimanda oggi a un sofisticato concetto di "sexiness", con due parole chiave: raffinatezza e differenziazione. Per il futuro, il focus sarà su atmosfere vintage molto glamour sull'utilizzo del colore in alternativa al solito cliché del rosso e nero, su soluzioni stilistiche che sfidano i tabù con originalità e sense of humour, scommettendo sul design e la tecnologia. Gli specialisti del segmento puntano dunque su materiali prestigiosi, con accento su pizzi etrasparenze, ma senza rinunciare a un tocco "fetish" con i corpetti, i reggicalze e i baby-doll particolari. Gli slip tradizionali lasciano spazio a modelli di grande creatività e suggestione: tanga nella loro espressione più "minimal", brasiliane poco più coprenti di un tanga ma meno di uno slip, bikini di taglio basso all'altezza dei fianchi, e uno dei modelli oggi più di tendenza: la sexy-culotte, ovvero un mini short a metà strada tra slip e panty. Allo stesso modo, i reggiseni giocano con diverse modellistiche (imbottito, push-up, balconcino) per sottolineare al massimo il décolleté, aumentandone le dimensioni,

Sex toys per un business vincente

Complemento all'intimo sexy e ulteriore elemento di attrazione per la consumatrice, i giocattoli erotici sono ormai veri e propri oggetti di design giocati sulle linee semplici, sofisticate, colorate, a volte discrete oppure fun. Perché dunque non integrarli in un negozio di intimo? Certo non è facile e non in tutti i negozi possono essere inseriti; dipende dal modo del punto vendita. In ogni caso, se il negozio propone un ambiente struttura/offerta coerente con il complemento possono trasformarsi in un'ottima occasione di sviluppare la cifra d'affari. Sia come vendita complementare, sia come vendita parallela. In ogni caso, quando proposti in modo coerente al negozio, offrono alla cliente una proposta originale ed audace che spesso sorprende. Tra le numerose aziende specializzate in questi prodotti di lusso, la nostra rivista spagnola Cj ha intervistato Bijoux Indiscrets, creata due anni fa con l'obiettivo di reinventare un prodotto erotico per coppie rendendolo accessibile a un pubblico più ampio. "I nostri prodotti sono piccole avventure, l'idea che c'è dietro ognuno di essi è ciò che li rende così attraenti: come regalo alla fine di una cena romantica o come complemento a un capo di intimo" spiega la stilista Elsa Vegas. Estetica, design e packaging sono le chiavi del successo dei prodotti Bijoux Indiscrets, in vendita in saloni di bellezza, boutiques di intimo, fashion star e, concept store di design e negozi erotici. Sottolinea Elsa Vegas: "Scoprire che negozi di intimo di piccoli centri urbani lavoravano con i nostri prodotti con un affetto e un successo sorprendenti ci ha aiutati a capire che il nostro marchio non era solo per le grandi città: anzi, permette ai negozi di intimo di incrementare il valore medio dei loro acquisti, oltre a sorprendere i loro clienti, e questo non ha prezzo. Del resto, quella tra intimo sexy e sex toys è una relazione perfetta: un completo notte con un piumino per fare carezze può trasformarsi in un'avventura indimenticabile...". Tutto ciò si lega in modo diretto al cambiamento negli atteggiamenti delle donne: "Oggi siamo più libere di parlare di sessualità... è socialmente più accettato. Inoltre, anche gli uomini hanno fatto dei passi avanti nel proprio approccio alla sessualità e sono felici di condividere questa esperienza con la propria partner". Dal 2009 una selezione di prodotti Bijoux Indiscrets sarà commercializzata nei negozi italiani di intimo e lingerie da Lialsport, l'azienda forlivese produttrice e distributrice del marchio Fichissima, alla cui offerta sensuale e ammiccante ben si sposano i prodotti dell'azienda spagnola.

Spicy shopping

Volete aggiungere un pizzico di "pepe" all'offerta del vostro negozio? Linea Intima ha selezionato per voi una rosa di marchi tra i prediletti dei concept store dell'eros de luxe: gli "encontournable" del segmento, i nuovi brand, i designer di nicchia...



AGENT PROVOCATEUR

UK
Tel. +44 (0) 870 600 0229
www.agentprovocateur.com



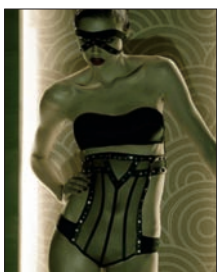
FLIBUSTINE

Francia
Tel. +33 (0) 692865566
info@flibustine.com



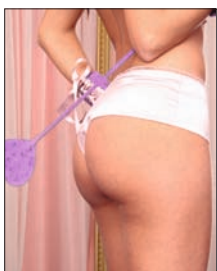
LA FILLE D'O

Belgio
info@lafilledo.com



LA PERLA BLACK LABEL

Italia
Tel. 051/6019611
info@laperla.com



LE JEU

by Angélique DeVil
Italia
Tel. 02/92885593
info@angeliquedevil.com



MADAME V

UK
Tel: +44 (0) 870 740 5333
sales@madamev.co.uk



MAISON CLOSE

Francia
Tel. + 33 (0)4 91 59 81 20
contact@lovely-planet.fr



MYLA LONDON

UK
Tel. +44 (0) 207535200
www.myla.com



N DE SAMIM

Francia
sales@ndesamim.com



NAUGHTY JANET

UK
Tel. + 44(0)207 584 9368
janetregersales@aol.com



PATRICE CATANZARO

Francia
Tel.+33 (0)4 91 09 14 70
patrice@patrice-catanzaro.fr



RCRESCENTINI PRIVATE COLLECTION

by Cotton Club
Italia
Tel. 0732/628634
mkt@cottonclub.it



SENSUALE

Brasile
Tel. +44 1322 440 518
SensualEurope@aol.com

E per chi vuole osare di più...

BIJOUX INDISCRETS

Tel. + 34 933688222
info@bijouxindiscrets.com
lial@lialsport.it

JIMMYJANE

Tel. + 415.864.3474
www.jimmyjane.com

LOVELY PLANET

Tel. +33 (0) 4 91 59 81 23
contact@lovely-planet.fr