

speciale

EROS 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

LO STILE PUNTA
SU SEXY
APERTURE,
AUDACI
TRASPARENZE,
GIOCHI DI
STRINGHE,
APPLICAZIONE
DI PON PON,
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 trasparenze, 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 su 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 Cyl 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 Viegas. Estetica, design e packaging sono le chiavi del successo dei prodotti Bijoux Indiscrets, in vendita in saloni di bellezza, boutiques di intimo, fashion store, concept store di design e negozi erotici. Sottolinea Elsa Viegas: "S coprire 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 Indiscret 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.



Zou Zou

alzandolo o spingendolo in avanti. Non è un caso che numerosi marchi e griffe abbiano incluso nelle loro ultime collezioni anche il carioaca, un balconcino molto scollato pensato per esibire al massimo le forme e, nelle versioni più "hot", da abbinare a maliziosi copricapezzoli. Quanto allo stile, largo a sexy aperture, audaci trasparenze, giochi di stringhe, applicazione di pon pon, piume e lapin... Questi capi offrono tante possibilità quante ne consente l'immaginazione: ovvero, infinite! Il tutto, però, senza mai dimenticare la componente di gioco e di divertimento che è naturalmente sottesa al momento della seduzione...

Giochi di seduzione

NEGLI ULTIMI ANNI
IL CONCEPT
"EROTICO AL
FEMMINILE" SI È
AFFERMATO
QUALE FILONE
DISTRIBUTIVO
FORTE,
PRENDENDO
SPESSO
LA DIREZIONE
DEL MULTIMARCA

Parlare di intimo sexy è però decisamente riduttivo: la lingerie "hot", in questa nuova accezione in cui non ci si deve confondere con la lingerie porno da sexy shop, è infatti solo una delle componenti di un vasto universo che oggi sempre più spesso esplora la seduzione come un raffinato "gioco a due" e di cui accessori erotici, sex toys, candele profumate e prodotti per il corpo rappresentano un ideale complemento. Ed infatti anche griffe di gamma alta e lusso svelano - o rivelano - ormai un'anima erotica tinta di eleganza e glamour, includendo nei propri negozi, come ad esempio ha fatto Sonia Rykiel a Parigi, aree dedicate alla vendita dei sex toys. Altri marchi si sono spinti addirittura oltre, sbizzarrendosi in una vasta gamma di accessori: mascherine e polsieri in raso e pizzo abbinati alla lingerie, complementi realizzati con tessuti vintage e cappelli di piume, manette scintillanti e l'immane frustino.... in alcuni casi la prima vendita dei negozi nelle scorse stagioni. Stili e prodotti un tempo "tabù", dedicati a un pubblico non più solo di nicchia, che prima trovavano spazio quasi esclusivamente sugli scaffali dei sexy shop oggi sono, quando eleganti e proposti in un contesto "femminile", un segmento a se stante capace di generare interessanti performance per i punti vendita. Infatti, se da un lato anche i negozi tradizionali di intimo hanno iniziato, sia pur timidamente, a proporre questi prodotti, dall'altro nascono oggi nuovi concept store in cui il mondo della seduzione fino ai sex toys si affianca con nonchalance e buon gusto alla lingerie più tradizionale. Il tutto con layout e merchandising innovativi in cui i due prodotti non possono sussistere l'uno senza l'altro: il risultato sono autentici templi dell'erotismo "de luxe", dedicati a donne emancipate, sofisticate e consapevoli, forse la nuova consumatrice "matura".

I nuovi templi della sensualità

Alcuni negozi negli ultimi anni hanno fatto di questo segmento il loro ambito di azione. Veri e propri atelier del lusso e del piacere, alcuni concept stores dell'erotismo di lusso rappresentano una realtà affermata, in Europa come oltreoceano. Alcuni esempi: Ann Summers nel Regno Unito, che ha recentemente rinnovato il proprio concept, o Kiki de Montparnasse negli USA, che ha dato vita a un autentico regno della sensualità senza inibizioni, ma anche alcuni punti vendita in Italia. Negli ultimi anni poi il concept "erotico al femminile" si è affermato quale fi-



Madame Betty



Fresas y Chocolate



Angélique DeVil

SONO NUMEROSI I MARCHI CHE, CON GUSTO E IRONIA, HANNO COMPLETATO O ADDIRITTURA RIPENSATO LE LORO COLLEZIONI IN CHIAVE RAFFINATAMENTE "HOT"

lone distributivo forte, prendendo così anche la direzione del multimarca con boutique di alta gamma dal concetto riuscitissimo. In terra spagnola due nomi su tutti: Fresas y chocolate ad Alicante e Le Boudoir a Barcellona. In Italia - dove tra gli apripista c'è stato un negozio monomarca, Madame Betty by Chiara Berti Lingerie, aperto a Montecatini a giugno 2006 - le capitali di questo trend sono Milano e Roma, dove negli ultimi due anni hanno preso forma concept multibrand tra i più moderni e interessanti. Sulla scena milanese Angélique DeVil, piccolo boudoir di lusso ove l'erotismo diventa esperienza multisensoriale, nella capitale Zou Zou e Misty Beethoven sono mete irrinunciabili per chi cerca un universo di lifestyle a 360 gradi, che allo shopping affianca serate e iniziative a tema tutte al femminile. Il fenomeno investe anche i department store, dove con il restyling degli spazi lingerie nascono zone monomarca di prestigio quando non veri e propri universi tematici. Nel reparto lingerie de La Rinascente Duomo a Milano è presente con un proprio shop in shop - in esclusiva in Italia - un marchio "di culto" del segmento: Agent Provocateur. Con il concept Paradise Lounge Coin Cinque Giornate ha creato un piccolo "paradiso dei sensi" in pieno centro a Milano: nel cuore del reparto lingerie dello store, una stanza discreta e ricca di suggestioni dove trovano spazio marchi e oggetti di seduzione design.

Marchi che creano l'atmosfera

Ma quali marchi caratterizzano a livello internazionale l'offerta di questi nuovi luoghi "di culto" dell'eros e dintorni? Prevalentemente - ma, a sorpresa, non necessariamente - i marchi sexy... Veri "encontournable" del concept "erotismo al femminile" sono naturalmente i grandi classici del sexy di lusso: i famosi britannici Madame V, Myla London, Agent Provocateur e Janet Reger e l'americano Kiki de Montparnasse, che con la loro ricca offerta di lingerie, accessori erotici e sex toys contribuiscono a creare un vincente mix di prodotto e ambiente. Alla base di quest'ultimo vi è però un gioco di atmosfere e suggestioni che va oltre il contenuto erotico del singolo capo o accessorio: per questo, prima ancora di "sexy" le parole d'ordine di questi negozi sono "design, ricerca e sperimentazione", con un occhio di riguardo a nuovi designer e marchi di nicchia. Dagli inglesi Lascivious, Late Chocolate, Mint Siren, ai francesi N de Samim, Maison Close, Patrice Catanzaro e Flibustine, fino alla belga La fille d'O, agli olandesi Der Kommissar e Love from Holland e al brasiliano Sensuale, questi negozi sono autentici scrigni dell'erotismo di ricerca a livello internazionale. Ma accanto ai brand più "spicy", nei concept store italiani trovano spazio, integrandosi alla perfezione in ambientazioni boudoir raffinate, anche marchi emergenti di gusto sexy ma più romantico caratterizzati da impronta sartoriale - Da-

Fragile apre all'erotico design

L'11 dicembre 2008 Fragile, showroom di design storico in via Rutilia a Milano, ha inaugurato la sua ultima esposizione antologica dedicata all'erotico design. Nel salone che ospita, dal 2007, una collezione di oggetti e arredi del made in Italy dagli anni '50 ad oggi, la stagione invernale 2008 apre la sezione di lingerie e sex toys. La mostra "Erotic design", presenta opere firmate da nomi italiani e internazionali come Ettore Sottsass, Carlo Mollino, Tom Dixon. L'interpretazione del linguaggio del corpo diventa la chiave espressiva per oggetti e componenti d'arredo. Il design studia la capacità evocativa di forme, colori e materiali, guarda all'eros come fonte di ispirazione diretta e indiretta, non senza ironia. Fragile affianca così agli oggetti di design preziosi esemplari di lingerie e un'offerta di sex toys e amplia inoltre lo spazio di esposizione e vendita di moda vintage del brand A.N.G.E.L.O., di Lugo, in provincia di Ravenna. Abbigliamento, maschile e femminile, dagli anni '50 agli '80, borse, scarpe e accessori già presenti nello showroom.





Coin, Paradise Lounge

maris, Fifi Chachnil, Ophelia Fancy ed Enamore da Angélique Dévil, Jennipie e Made by Niki da Zou Zou -, quando non veri e propri couturier e designer di fama internazionale: come Christian Lacroix, John Galliano o A.F. Vandervorst, punte di diamante del Paradise Lounge di Coin, Vivienne Westwood da Misty Beethoven, e Marlies Dekkers, che con il suo design inconfondibile e la sua filosofia di marca si adatta alla perfezione al concept tutto "al femminile" di questi punti vendita: "Non disegno le mie collezioni perché siano 'hot'" afferma infatti la stilista, intervistata da Cyl "Molti marchi sul mercato sono creati dal punto di vista dell'uomo, di ciò che lui trova sexy. Sono una donna

ACCANTO
AI BRAND PIÙ
"SPICY", NEI
CONCEPT STORE
ITALIANI TROVANO
SPAZIO ANCHE
MARCHI
EMERGENTI
DI GUSTO SEXY
MA PIÙ
ROMANTICO

na che, creando, pensa alle donne concentrandosi al 100% su ciò che le fa sentire sicure, femminili e sexy. Se analizzo il mercato dell'intimo, percepisco quanto siano cambiate: invece di comprare intimo per soddisfare un'altra persona, lo comprano infatti per soddisfare se stesse". Anche in Spagna, in templi del boudoir raffinato come Fresas y Chocolate, le creazioni sexy vintage della giovane stilista spagnola Rosario Puñales convivono del resto con la seduzione couture firmata Andrés Sardá...

Nuovi orizzonti per l'ero-chic

Il fenomeno spicy boom non si limita, però, solo ai concept store dedicati: anche molti dettaglianti tradizionali hanno individuato in questi prodotti il complemento ideale per aggiungere un pizzico di "pepe" alla propria offerta. Per molti negozi si tratta di un'opportunità da non perdere. Per molti marchi fashion della corsetteria, interlocutori abituali di questi punti vendita, di ulteriori opportunità di collaborazione commerciale. Se marchi come Black Label di La Perla hanno precorso i tempi facendo proprio ormai già da alcune stagioni il vincente binomio di erotismo e haute couture, in Italia da questa stagione A/I 2008/2009 sono numerosi i brand che, con gusto e ironia, hanno completato o addirittura ripensato le loro collezioni in chiave raffinatamente "hot". Naory ha rivisitato parte della collezione con un gusto più "spicy" per un pubblico giovane; Valery Prestige, che per quest'inverno ha introdotto un sofisticato sexy-kit, per il prossimo si appresta a sviluppare questo filone all'interno del nuovo concept Boudoir (che presentiamo in questo numero della rivista). Anche Parah con l'etichetta Noir torna alle origini sposando un efficace mix di design, seduzione e spirito sartoriale, mentre Jolidon con la collezione Clandestine ha recentemente svelato un'anima più "hot". Per altri marchi come Fichissima, mini collezioni di capi "piccanti" diventano un divertissement (e una riuscita idea regalo) per il Natale 2008... Intervistati da Linea Intima, alcuni fra i migliori negozi italiani hanno salutato con interesse l'introduzione di questi nuovi concept prodotto quale elemento vincente per aggiungere nuovo stimolo al business della corsetteria e completare in modo mirato assortimenti già in passato orientati al discorso di alta seduzione con marchi come I.D. Sarrieri, Pleasure State o Prelude.

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



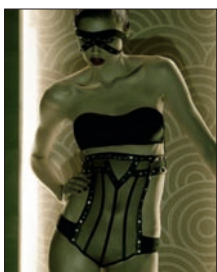
FLIBUSTINE

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



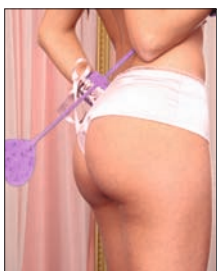
LA FILLE D'O

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



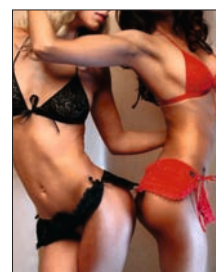
PATRICE CATANZARO

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