

Ritratti ouvre un site web pour ses fidèles

La marque de lingerie italienne n'y vendra que ses basiques.

RITRATTI veut miser sur les ventes en ligne. La marque italienne de lingerie haut de gamme a lancé, il y a un mois, son premier site de vente sur Internet. Disponible dans ses principaux marchés, notamment l'Italie, la France et la Belgique, ce nouvel instrument est conçu comme un service au consommateur. Le site de Ritratti ne propose en effet que les produits les plus basiques de ses collections. «*Nous y vendons les collections continues, destinées à des clientes qui connaissent bien nos produits et qui, par conséquent, n'ont pas de difficulté à choisir le modèle et les mesures*», indique Francesco Macchi, dirigeant de Delmar, l'entreprise

propriétaire de la marque. D'après le dirigeant, Internet doit aussi lui permettre de mieux connaître les aspirations de ses clientes et donc de mieux cibler ses collections.

Le chiffre d'affaires de Delmar, qui possède également les marques *Swan Original* (une lingerie à l'image jeune et agressive) et *Essere* (maillots de bain pour femme ronde), essentiellement vendues en Italie, a reculé d'environ 10% l'année dernière (il s'élevait à 12 millions d'€ en 2008). L'essentiel de ce chiffre provient de Ritratti, avec ses 650 clients multimarques. Il s'agit aussi de la marque la plus internationale, avec 60% de son activité à l'ex-

portation. Cette baisse des ventes est surtout due aux difficultés de la lingerie, tandis que les produits balnéaires ont bien progressé. «*Les prochains mois seront encore difficiles, même si le climat semble moins tendu*», remarque Francesco Macchi, qui prédit encore plusieurs fermetures de boutiques multimarques, «*les plus petites, celles qui ont un capital insuffisant*». L'année dernière, Ritratti a déjà ainsi perdu une trentaine de clients en Europe.

En France, la marque est vendue auprès d'une centaine de boutiques. «*C'est une présence assez capillaire*, commente Francesco Macchi, *mais nous devons faire encore mieux*.» Ritratti veut ainsi élargir sa diffusion dans l'Hexagone et renforcer sa présence dans les boutiques, avec la mise en place de véritables corners.

Séduisante mais jamais vulgaire, la marque Ritratti est avant tout reconnue pour ses coupes originales ou ses nouvelles matières. On remarque des succès comme *Soft Air*, un soutien-gorge aux bonnets rembourrés légers, confortables et anti-transpirants, adaptés aux poitrines fortes, mais aussi des «flops», telle une culotte, lancée il y a quelques années, qui pouvait s'utiliser de cinq façons différentes. «*Cela fait partie de notre travail. L'essentiel est de continuer à tester de nouvelles techniques*», observe le dirigeant, qui travaille sur un nouveau procédé de thermo-soudure avec *Lycra*, qui devrait être présenté au Salon de la Lingerie en janvier, à Paris.

PASCALE MATTEI, A MILAN ●



LINGERIE RITRATTI.

Le site s'adresse aux femmes qui connaissent déjà la marque et qui n'ont donc pas de difficultés à choisir modèles et tailles.

Les marques de lingerie dessinent l'espoir

■ Cette session, le Salon international de la lingerie s'associe à l'association *Dessine l'Espoir*, qui aide les femmes affectées par le sida en Afrique australe. Plusieurs marques du Salon, parmi lesquelles *Aubade*, *Chantelle*, *Wacoal*, *Empreinte*, *Simone Pérèle*, *Pain de Sucre* ou encore *Ritratti*, ont travaillé autour du thème de la lumière pour créer des suspensions réalisées ensuite par les femmes séropositives du Swaziland dans une perspective de réinsertion sociale. Ces pièces uniques sont exposées au Salon (hall 3, près de *Be Spicy*) et seront mises en vente ensuite sur Internet dès maintenant, mais également à partir de novembre au *Bhv* de Paris au bénéfice des femmes qui les auront fabriquées. Une donation de 8 € par objet vendu sera également reversée à l'association *Dessine l'Espoir* pour aider au financement de ses projets.

B.J. ●