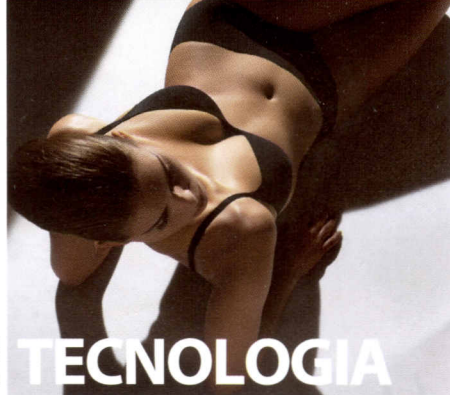


RITRATTI, MODA E TECNOLOGIA

Ritratti Sensation 2.0



Con un'intervista esclusiva Francesco Macchi presenta le ultime novità del brand: fashion e innovazione per un'offerta prodotti sempre più trasversale e performante



Francesco Macchi

Dal continuativo alla moda, per l'AVI 2010/11 Ritratti amplia l'offerta per rispondere in modo puntuale ai cambiamenti del mercato e alle nuove esigenze del retail. Ne parliamo con Francesco Macchi, AD del Gruppo Delmar.

Dottor Macchi, com'è cambiata la vostra proposta?

Per rispondere al calo strutturale della corsetteria in atto da alcune stagioni, i negozi di intimo sentono oggi l'esigenza di integrare l'offerta con prodotti complementari, ma senza rinunciare alla qualità, all'expertise e al servizio che i loro fornitori sono in grado di garantire. In risposta a questo trend, da alcune stagioni proponiamo con successo una linea di abitini easy-to-wear, che "escono" con facilità dal negozio perché hanno lo stesso impatto moda ma un prezzo più accessibile rispetto al Pàp. Per l'AVI 2010/11 abbiamo puntato sul tubino: semplice ma chic, dall'ottima vestibilità, accessorato per adattarsi a diverse occasioni. L'altro sviluppo è nel continuativo, con una nuova proposta di body-sottogiacca in modal misto cashmere, di alta qualità ma dal prezzo competitivo, con tempi di consegna e riassortimento molto brevi (un vantaggio nell'ottica di una stagione lunga), che non costituiscono un onere per il dettagliante perché si vendono facilmente e non generano rimanenze. Non avendo optato per il seamless, rispetto ai competitor offriamo capi in materiali pregiati con vestibilità studiate, molto piacevoli in termini di leggerezza e di mano.

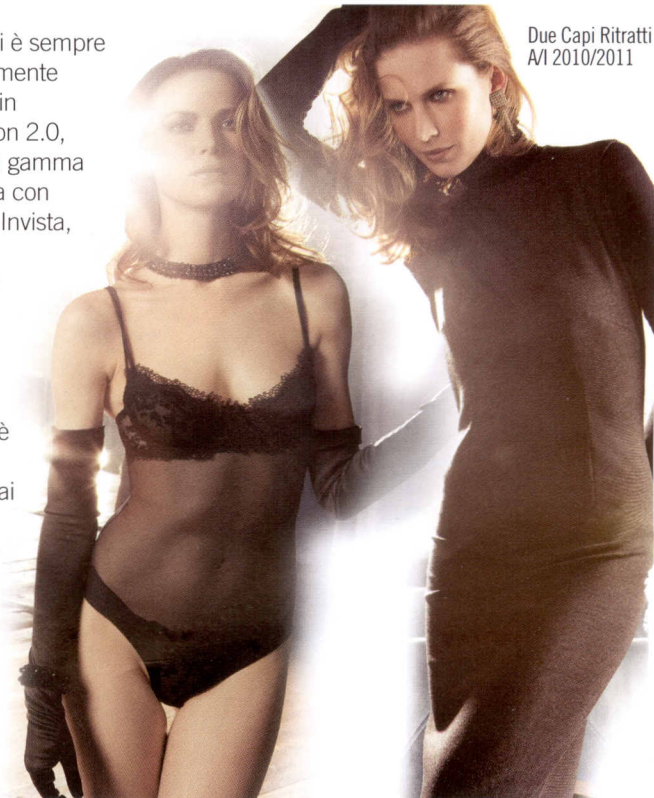
E sul fronte corsetteria?

Con l'obiettivo di rivisitare il prodotto in chiave di maggiore fruibilità, nella collezione moda abbiamo ridotto la proposta di articoli "per l'occasione" per puntare su una corsetteria bella ed elegante da indossare ogni giorno. Per l'AVI 2010/11, lo stile sposa la tecnicità con reggiseni dall'ottimo fitting, coordinabili a parti basse sexy o più minimal, per un utilizzo quotidiano. Abbiamo inoltre potenziato la gamma dei body, spaziando da trasparenze accattivanti a soluzioni più classiche e funzionali.

In un'ottica di diversificazione della proposta, l'innovazione gioca per voi un ruolo fondamentale...

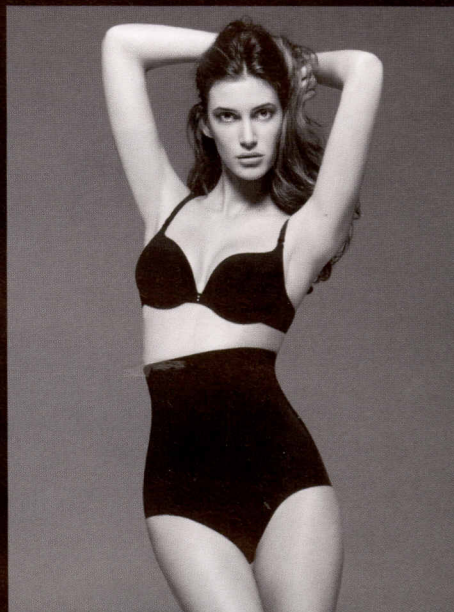
Storicamente votato all'innovazione, Ritratti si è sempre distinto per un'offerta di prodotti tecnologicamente all'avanguardia. L'ultima frontiera è il lancio, in collaborazione con Invista, di Ritratti Sensation 2.0, prima collezione di un brand di intimo di alta gamma in Europa continentale interamente realizzata con Lycra® 2.0 tape: il film altamente elastico di Invista, che rispetto alle precedenti soluzioni di termosaldatura permette di creare capi dalle finiture impercettibili, ultrapiatti, dall'aspetto liscio e levigato, invisibili e ultra comfort, che si adattano immediatamente al corpo. Tra i precursori nell'uso di cuciture termosaldate con lo Skin-Cut, con questo progetto Ritratti è passato allo step ulteriore, investendo in macchinari di ultima generazione per offrire ai clienti top un'anteprima esclusiva. In fase di lancio, la collezione sarà infatti proposta solo ai negozi partner: quelli in grado di valorizzare e spiegare alla consumatrice un prodotto i cui "plus" si possono cogliere solo all'indosso.

Due Capi Ritratti AVI 2010/2011



Ready to shapewear!

Sull'onda di un trend globale in forte crescita (la ricerca Gfk per Triumph conferma come il reggiseno "funzionale" sia il più utilizzato per il 23% delle intervistate nei 7 paesi, pari al capo elegante, a quello quotidiano e al basico), in Italia lo shapewear fa il suo ingresso come un segmento ad alto potenziale: a supporto delle taglie "grandi" (che nel nostro paese, secondo un'indagine Triumph, accomunano oltre il 50% delle donne), ma anche e soprattutto per le fashion addicted. I marchi di corsetteria hanno colto i margini di sviluppo di questo mercato e per il 2010 hanno puntato su prodotti e collezioni shaping dall'immagine "very stylish". In Italia molti concept interessanti sono stati introdotti dai marchi stranieri: da Wolford, che con Shape&Control ha presentato calze modellanti e a compressione graduata, culotte effetto snellente e ventre piatto, corsetti modellanti, body e abiti, a Wacoal, che ha da poco ampliato la gamma di prodotti "morphing" con una nuova guaina snellente versione string e un body che esalta il décolleté regalando una taglia in meno. Tra i progetti più significativi vi è senz'altro lo Shape Sensation di Triumph, una corsetteria modellante dal forte contenuto seducente che sviluppa l'area shapewear del marchio con un look moda innovativo: inserti in tulle trasparente abbinati a uno speciale tessuto stretch altamente funzionale, che con modellistiche studiate ridisegna e valorizza le forme. A riprova dell'importanza riconosciuta al segmento nel nostro paese, a supporto di Shape Sensation Triumph Italia ha approntato un vasto programma di comunicazione, eventi e materiali Pop. Con la linea Eternité, per l'AVI 2010/11 anche Simone Pérèle propone slip a vita alta e reggiseni ad elevata vestibilità dal look epurato, irresistibilmente retrò. Persino Cosabella, emblema di intimo leggero, glamour e colorato, da alcune stagioni ha integrato una linea shapewear – da settembre presente in 130 negozi italiani – proposta in varianti inedite: dal tessuto in bambù alla nuovissima versione in pizzo contenitivo. Anche i marchi italiani hanno intuito le potenzialità del prodotto: per citare solo un esempio, Ritratti ha strutturato la nuova collezione Sensation 2.0 in una parte Basic-Everyday in tessuto Penn Textile Solutions e una parte shapewear in tessuto tecnico Piave Maitex. Grazie alla speciale tecnologia Lycra® 2.0 tape, con linee pulite, finiture ultrapiatte e spessori sottilissimi il body con coppa preformata, la guainetta a vita alta e il panty inaugurano uno shapewear di nuova concezione, raffinato e invisibile. Da non dimenticare, infine, il ruolo d'innovazione stilistica che il body shaping ha assunto negli ultimi anni nelle collezioni dei designer emergenti: una su tutti Niki McMorrough, anima di Made by Niki, che con un'offerta declinata nei concept Classics, Fresh Foundations e Slinkies (i "body-con basics" esternabili lanciati per la P/E 2010) ha reinventato l'idea di shapewear in chiave fashion, conquistando le celebrities e i negozi più "cool" del mondo. Il marchio è stato introdotto in Italia proprio da Linea Intima, che nel 2008 l'ha lanciato a Firenze con l'evento Prima_res e quest'anno l'ha riproposto con successo a Immagine Italia & Co nell'ambito del progetto Styled. In tale contesto, dedicato ai nuovi talenti, molto apprezzate anche le creazioni di Lascivious, il marchio ero-chic di Chloe Hamblen che pur non sviluppando un vero e proprio concetto di shaping sposa una seduzione retrò che va a braccetto con soluzioni interessanti per modellare e valorizzare la silhouette. Il futuro dello shapewear, in Italia, è appena cominciato...



Wacoal,
Beauty Secret



Ritratti Sensation 2.0