



COMUNICATO STAMPA

LINGERIE FRANÇAISE L'ESPOSIZIONE

Padiglione Francia, Esposizione Universale di Milano
Dal 23 luglio al 5 agosto 2015

CONFERENZA STAMPA: 23 luglio alle ore 17.00

VERNISSAGE E COCKTAIL STAMPA: 23 luglio alle ore 18.00

COMMISSARIATO DELL'ESPOSIZIONE

Commissario :
Catherine Örmén

Comitato direttivo :
Christine Beauduc,
Promincor

Karine Sfar, Laurence
Bazin, Ulyana Sukach
Federazione della
Maglia e della Lingerie

Scenografia :
Dominique Velasco

Fotografie :
Gilles Berquet

Dopo Parigi, Londra, Shanghai, Dubai, Berlino, New York, Toronto, Mosca, Tokyo e Barcellona, la *Lingerie Française* espone a Milano dal 23 luglio al 5 agosto 2015, come partner del Padiglione Francia per l'Esposizione Universale di Milano 2015.

Undici firme francesi prestigiose, AUBADE, BARBARA, CHANTELLE, EMPREINTE, IMPLICITE, LISE CHARMELE, LOU, MAISON LEJABY, PASSIONATA, PRINCESSE TAM.TAM et SIMONE PÉRÈLE si sono riunite per rivelare al pubblico i tesori del loro archivio, la loro creatività e l'innovazione, la lavorazione attenta allo sviluppo sostenibile, tematica che si armonizza perfettamente con quella proposta dal Padiglione Francia.

Situata in fondo al Padiglione Francia e distribuita su 300 m², l'Esposizione *Lingerie Française*, organizzata da Promincor*, ruota intorno a quattro tematiche principali : 1/ La Creatività, 2/ Il Rispetto dell'Ambiente, 3/ L'abilità, 4/ L'Innovazione e la Seduzione.

Sezione 1 : Creatività, inventiva e senso dell'umorismo per questa sezione introduttiva, che ruota intorno al tema delle prelibatezze.

Si tratta di creazioni particolari, inconsuete e divertenti, biancheria intima bianca, da sgranocchiare, "gelato e meringa" o "crema chantilly", a testimonianza di quanto l'inventiva regni sovrana nella Lingerie Française.

Sezione 2 : Rispetto dell'ambiente e sviluppo sostenibile.

Ciò che si indossa a contatto con la pelle non può essere nocivo per la Terra.

La Lingerie Française è creativa ma al tempo stesso attenta all'ambiente.

In un sistema di produzione ormai globalizzato, i produttori francesi scelgono con estrema cura le materie prime che vengono impiegate, utilizzando tecniche di tintura e finitura non inquinanti per il pianeta.

In particolare, cercano di favorire il cotone biologico e la seta nelle loro collezioni. L'obiettivo è quello di riabituare le donne a queste materie nobili e tramandate dalle tradizioni, ormai rese perfettamente idonee.

La Lingerie Française esplora anche le potenzialità di materie estranee a priori alla lingerie, come la canapa, la ramia, l'amido di mais, o anche la caseina del latte, e che rappresentano il futuro. La stessa attenzione e ricerca viene posta sulle tinture. Inoltre, la Lingerie Française si sta orientando nuovamente verso l'utilizzo di materiali che erano scomparsi dalla lingerie, come il lino, da cui ha origine la parola stessa lingerie.

Sezione 3 : Un'abilità unica al mondo che ha accompagnato il corso della storia.

Un tuffo nell'archivio ci ha permesso di scrivere la storia di questa lingerie indossata da milioni di donne nel mondo.


Dai primi corsetti prodotti in modo industriale alla fine del secolo XIX ai modelli attuali, è la storia dell'intimo che si racconta, caratterizzata dal perpetuarsi di un'abilità e dall'evoluzione delle tecniche e delle materie prime: l'invenzione del tessuto elastico alla fine del secolo XIX, l'utilizzo massiccio del Nylon dopo la Seconda Guerra Mondiale – periodo che vede anche l'avvio dell'industrializzazione della Lingerie francese –, la comparsa dell'elastane agli inizi degli anni '60, ed oggi l'utilizzo sempre più frequente di materiali "intelligenti".

Si tratta anche di una rievocazione in tre tempi dell'evoluzione dei costumi attraverso 45 capi di lingerie, accompagnata da un'importante raccolta pubblicitaria presentata sotto forma di audiovisivi. Un video olografico diviso in tre brevi sequenze, che evoca le trasformazioni della figura femminile e della gestualità, e i cambiamenti della lingerie.

Sezione 4 : Innovazione e Seduzione

È una collezione attuale, in nero, simbolo stesso della seduzione, quella che viene presentata in questa sezione. Si tratta di 11 modelli tra i più innovativi, sia per il taglio, sia per l'utilizzo di materiali o metodi di produzione all'avanguardia: maglia 3D "memory form", lingerie senza cucitura, termosaldata, pizzi *Leavers* realizzati in Francia, maglia in microfibra...

È anche occasione per ricordare, attraverso un dispositivo spettacolare in 3D, quanta abilità tecnica così vicina all'artigianato vi sia nella fabbricazione di un reggiseno, grazie ai 30 piccoli elementi che lo compongono.



*"Promincor - Lingerie Française ", Associazione per la Promozione delle Aziende Manifatturiere della Corsetteria, raccoglie, intorno a valori comuni, i marchi francesi di lingerie. Il suo obiettivo, attraverso eventi, conferenze stampa, sfilate, manifestazioni, è quello di permettere ai brand di esprimersi in un'unica e medesima voce sulla scena internazionale.

Questa Esposizione è realizzata grazie al concorso di DEFI - LA MODE DE FRANCE, Comitato di Sviluppo e di Promozione dell'Abbigliamento in Francia.

Quest'ultimo si pone come obiettivo di dare impulso all'imprenditoria francese dell'abbigliamento, allo scopo di far conoscere i prodotti, le abilità tecniche e le aziende manifatturiere di quest'imprenditoria sul piano nazionale e soprattutto internazionale. Ed è proprio in questo quadro che sovvenziona questo prestigioso evento di "Promincor - Lingerie Française ".

Si ringrazia anche la Federazione della Maglia & della Lingerie ed Eurovet.



INFORMAZIONI PRATICHE

Luogo : Esposizione Universale di Milano 2015, Padiglione Francia, Espace Partenaire.

Date : dal 23 luglio al 5 agosto 2015

Orari d'apertura :

Dal lunedì al venerdì : dalle ore 10.00 alle ore 23.00

Sabato, domenica : dalle ore 10.00 alle ore 24.00

Le biglietterie sono aperte dalle ore 9.30 alle ore 21.00, dal lunedì alla domenica.
È possibile accedere all'area dell'esposizione fino alle ore 21.00

Il mercato della Lingerie in Italia

In Italia, il mercato della lingerie femminile è importante ed è il quarto in Europa. A causa della crisi, i consumi sono scesi a partire dal 2010 e in particolare nel 2013. Il commercio al dettaglio mantiene qui una posizione più forte rispetto alla Francia. Ma la distribuzione di lingerie in Italia sta subendo una trasformazione, dovuta al rapido sviluppo di catene specializzate nel settore e alla crescita di alcuni brand stranieri. E' invece buona la tenuta dei grandi magazzini.

Gli attori chiave del mercato

Il mercato della lingerie in Italia è oggi dominato dalle catene monomarca locali, di cui il gruppo Calzedonia detiene la leadership. Ne fanno parte marchi di lingerie, calze e costumi da bagno quali Intimissimi, Calzedonia e Tezenis, ma anche il brand di abbigliamento donna Falconeri. Oggi il gruppo Calzedonia ha circa 26.000 dipendenti nel mondo, di cui 3000 in Italia.

La catena Intimissimi, nata nel 1996, è attualmente il marchio leader in Italia nella distribuzione di lingerie da donna e biancheria intima da uomo, con più di 1200 negozi nel mondo, di cui più di 500 solo in Italia.

Il brand Calzedonia è specializzato nella vendita di calze e costumi da bagno, con più di 1800 punti vendita nel mondo, di cui oltre 650 solo in Italia.

Tezenis è il marchio meno costoso all'interno del gruppo, destinato ad un target più giovane. Sta crescendo molto velocemente all'estero, in particolare in Russia e nell'Europa dell'Est.

Tra i brand di fascia alta, La Perla è leader con 11 negozi monomarca in Italia e 4 in Francia. Inoltre, ha corner dedicati nei grandi magazzini di tutto il mondo.

Altra marca italiana nota a livello internazionale è Parah, fondata nel 1950 e specializzata in lingerie e moda mare di fascia medio-alta, con 12 negozi monomarca in Italia e una forte presenza all'estero.

La posizione dei brand francesi di Lingerie

L'Italia si pone tra i primi 5 mercati chiave per importazione di brand francesi di lingerie, dopo Stati Uniti, Regno Unito, Germania e Russia.

Per i produttori di lingerie e corsetteria francese si tratta di un mercato europeo importante, in particolare per le firme di fascia alta come Chantelle, Aubade, Lise Charmel, Simone Pérèle, Barbara, Princesse tam. tam, Maison Lejaby, Lou o Empreinte, presenti da diversi decenni in Italia, attraverso filiali o distributori.

Le marche francesi sono vendute nei grandi magazzini come Coin e La Rinascente, oppure in negozi multi brand indipendenti, che da sempre sono molto forti e diffusi in Italia e che hanno dominato il mercato della lingerie di lusso fino al 2009.

Dopo il 2010, sono tuttavia le catene specializzate ad imporsi come circuito leader per il mercato della lingerie femminile.

Per i brand francesi di fascia alta, è fondamentale consolidare la posizione sul mercato italiano attraverso la presenza nei grandi magazzini, come Coin (50 negozi in Italia) o La Rinascente (con 11 negozi considerati di lusso), che riuniscono una quarantina di firme internazionali per la lingerie.