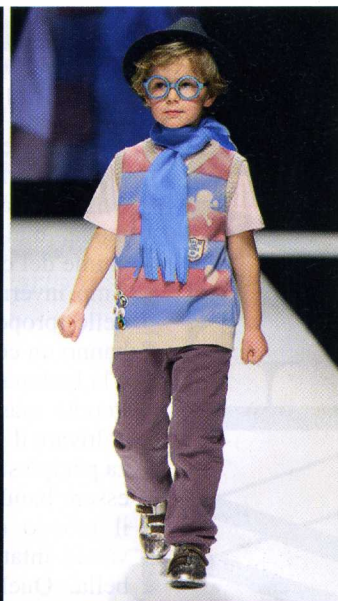




Sopra, in grande, lo stile di Jean Paul Gaultier anche per i kid, in collaborazione con il Gruppo Zannier (foto lmaxtree.com/ Andrea Adriani). Sempre sopra, a destra dall'alto, Replay & Sons e Liu.Jo, quest'ultima prodotta da Altana (foto Giovanni Giannoni). A lato, da sinistra, Ny&Lon Boy, Moschino (realizzata da Altana) e Nolita Pocket (foto Giovanni Giannoni)



Kinderinfo '09

Qualche buona notizia

La società di ricerche **Hermes Lab** ha realizzato, in collaborazione con **Dimark** e **Harkò**, lo studio **Kinderinfo '09** su oltre 9mila punti vendita italiani dedicati, in toto o in parte, all'abbigliamento bimbo. Uno dei dati più significativi è che dal 2001 a oggi i consumi di kidswear nel nostro Paese hanno registrato un incremento del 2,7% annuo, superiore a quello generale dell'abbigliamento. Secondo l'analisi, dal 2003 al 2007 il mercato del vestiario under 14 si è portato avanti del 17,2%, contro un +12,5% del comparto inteso globalmente. Inoltre, mentre i punti vendita di abbigliamento sono diminuiti negli ultimi cinque anni di 5mila unità, quelli focalizzati sulla moda infantile sono aumentati di 700 unità (+2% annuo). Una delle ragioni è che il calo demografico è progressivamente rientrato "e oggi - conclude Kinderinfo '09 - constatiamo che nella Penisola la popolazione di età tra gli zero e i 15 anni si sta incrementando".

a.b.