

## Pour Castaluna, le prêt à porter féminin doit s'adapter aux femmes et pas l'inverse...

Paris, le 4 mai 2010 : Castaluna.com a vu le jour fin 2009 sur la base d'un constat simple et évident qu'ont fait les deux fondatrices : difficile de s'habiller « tendance », quand on est ronde en France. En effet les chiffres parlent d'eux même, revue de détail de ce grand écart hexagonal :

### Un Premier Constat : Les Françaises grandissent et prennent du poids

D'après les résultats de la Campagne Nationale de Mensuration réalisée en 2005, la morphologie de la population française change. En 36 ans, la femme a grandi et a pris du poids comme nous le confirme Patrick Robinet de l'IFTH, Responsable de la Campagne Nationale de Mensuration « *Les chiffres de la dernière campagne de mensuration de 2005 sont toujours d'actualité, ils se confirment notamment par la continuité de la prise de poids des français et des européens (voir la dernière étude INSERM-Obepi)* ». En outre, les rondes « rajeunissent », puisqu'entre 2000 et 2004, les femmes de 25-34 ans sont 50% plus nombreuses à acheter des « grandes tailles ». L'appétence pour des produits tendances n'en est que plus grande. Pour autant, dans les boutiques de prêt à porter rien n'a changé : il est extrêmement difficile de trouver un vêtement au dessus de la taille 42/44.

	1970	1982	1991	2005	Variation 1970-2005
<b>Femmes</b>					
Taille moyenne (en cm)	160,4	160,2	161,5	162,5	+ 2,1
Poids moyen (en kg)	60,6	59,5	60,7	62,4	+ 1,8

Comment s'habillent alors les 60% de femmes qui font du 42 et plus ? Ces millions de femmes en France avaient besoin et envient de choix. C'est exactement à cette problématique que Castaluna.com a voulu répondre, en dénichant le meilleur des marques mode, partout en Europe et aux USA, pour les mettre à disposition de toutes les femmes dites « Grandes Tailles ».

"Je parcours l'Europe et même les Etats-Unis pour aller chercher les marques tendances qui ont compris que la Mode ne s'arrêtait pas au 42, et elles sont de plus en plus nombreuses. Rien ne fait plus plaisir que les petits mots gentils que nous envoient nos clientes. Certaines nous disent mêmes que grâce à nous, elles se sont enfin senties "aussi belles que les autres" commente Nica Stapel, Cofondatrice de Castaluna.com

### Un second Constat : 1 femme sur 3 déclarent avoir des difficultés à s'habiller

« Une femme sur trois déclarent avoir des difficultés s'habiller dans les Grandes Tailles » Castaluna.com bénéficie donc d'un vrai marché et profite de ce contexte favorable puisqu'à « l'horizon 2015, la croissance du marché de la Grande Taille devrait être comprise entre 2.3% et 4.8% » précise l'Etude EUROSTAF 2007 intitulée Le Marché et La distribution de l'habillement Grande Taille en France.

La conclusion est qu'il était temps qu'en France, un acteur prenne le relais pour servir ces consommatrices à la lumière de ces deux constats. Désormais on peut être ronde **ET** fashion addict, grâce à Castaluna !

D'ailleurs à partir de mai 2010, CASTALUNA proposera également deux nouvelles marques à ses fidèles clientes : la marque très en vogue aux US Baby Phat ainsi qu'Essa Moça la française.

*Baby Phat* est une marque américaine lancée à la fin des années 90 par l'ex top model Kimora Lee Simmons qui incarne aujourd'hui la fusion de la Mode des podiums et de la culture hip-hop : un style urbain, glamour, sensuel, plébiscité aux Etats-Unis et adopté par des stars telles que Paula Abdul, Britney Spears ou encore Alicia Keys !

*Essa Moça* est une marque française aux inspirations chaleureuses et aux couleurs chatoyantes, elle privilégie des lignes fluides et des matières nobles et naturelles comme le lin. La Femme Essa Moça est libre, naturelle et respire la joie de vivre.... aucun doute elle devait entrer au catalogue de Castaluna.com

***A propos de Castaluna.com® :***

Créée en octobre 2009 par Mesdames Nica Stapel et Giorgia Tedeschi, Lauréates du réseau Entreprendre 2009, Castaluna.com est soutenue par Chausson Finance et Pierre Trémolières (PDG Delamaison.fr)



Spécialiste de la levée de fonds pour les entreprises à forte croissance, Chausson Finance est le pionnier en France de la levée de fonds et reconnu dans la réalisation de tours de financement auprès de fonds de capital-risque et de capital-développement. <http://www.chaussonfinance.com>  
Pierre Trémolières est le PDG des sites d'e-Commerce Delamaison.fr et Decoclico.fr, leaders de la décoration et de l'équipement de la maison en ligne. <http://www.delamaison.fr> et <http://www.decoclico.fr>

Pour plus d'informations, visitez le site [www.castaluna.com](http://www.castaluna.com)  
**Espace Presse et Photothèque :** <http://www.castaluna.com/espace-presse-ci-2.html>  
**Agence Relation Presse MELODIK**  
**Elodie Laloum**  
[rp@melodik.fr](mailto:rp@melodik.fr)  
01 42 01 74 54

**Agence Relation Presse MELODIK** 01 42 01 74 54 [rp@melodik.fr](mailto:rp@melodik.fr)

