

MalpensaNews

Fallimento per la Parah srl

Orlando Mastrillo · Wednesday, June 17th, 2020

Fallimento per la Parah Srl, noto marchio di abbigliamento di Gallarate fondato nel 1950 da Edda Paracchini e Giovanni Piazzalunga. L’annuncio è di ieri con la pubblicazione sul portale dei fallimenti del Tribunale di Busto Arsizio. Il 19 ottobre 2020 si terrà l’udienza davanti al giudice Nicolò Grimaudo della sezione fallimentare bustocca. Il curatore designato è Maria Pia Sala.

La società, a seguito della presentazione di un’istanza di fallimento da parte di un creditore a dicembre del 2019, aveva chiesto l’ammissione alla procedura di concordato preventivo.

LA STORIA

Anni ‘50 – I coniugi Edda Paracchini e Giovanni Piazzalunga iniziano la loro avventura imprenditoriale con la produzione artigianale di pochi pezzi di corsetteria venduti nei mercati di piazza. Nel 1953 nasce Parah. Il marchio voleva ricalcare le prime lettere del cognome della fondatrice. La lettera “h” andrà per errore tipografico a sostituire la lettera kappa, voluta per riprodurre il suono della doppia ci, e rimarrà in segno di portafortuna.

Anni ‘60 – Nei primi anni Sessanta, il laboratorio artigianale assume la dimensione di una piccola impresa. Nel 1962 nasce la vera e propria azienda a livello societario, a Gallarate, in provincia di Varese. Nel corso degli anni Sessanta, Parah riconverte la produzione dall’intimo in costumi e coordinati mare, per i quali si affermerà negli anni Ottanta come uno dei marchi più conosciuti. Inizia a gestire una rete di distribuzione in proprio, costituita da una dozzina di agenti.

Anni ‘70 – Nel 1975, con l’inserimento in azienda di Gregori Piazzalunga, la seconda generazione della famiglia fondatrice continua la storia di Parah. Il giovane imprenditore intuisce le potenzialità del settore beachwear e nel 1976, inizia a produrre nuove linee costumi da bagno. Nascono così le linee Sabbia, Impronte e Off Limits beachwear, raggiungendo tipologie diverse di consumatrici e coprendo tutti i segmenti di mercato. L’azienda realizza campagne pubblicitarie (primi ad utilizzare affissioni dai grandi formati) che rispecchiano i mutamenti sociali: il desiderio di trasgressione dei primi anni ‘70, con la posizione “da scandalo” della prima testimonial del marchio Parah, Barbara D’Urso e, successivamente, l’atteggiamento aggressivo e carrieristico degli anni Ottanta.

Anni ‘80 – E’ nel corso di questo decennio che Parah si afferma come leader nel mercato dei costumi da bagno e, sull’onda del nascente fenomeno del Made in Italy, diventa un punto di riferimento per le aziende del settore. A fine anni ‘80, l’azienda riprende la produzione di corsetteria.

Anni '90 – Anni di grandi innovazioni che portano al rilancio del settore intimo. Ricordiamo Lumiere il reggiseno senza tagli e cuciture. In pochi mesi sono stati venduti oltre 100 mila reggiseni. Nel 1998 con l'apertura dei primi due negozi monomarca in Spagna.

Anni 2000 – Per la prima volta nel settore, vengono impiegati macchinari e tecnologie utilizzate in ambito farmaceutico per la messa a punto di speciali coppe in poliuretano che mantengono l'aria all'interno anche dopo ripetuti lavaggi. Nasce Aria, Il più leggero push-up mai realizzato, con un peso poco più di 50 grammi. Seguono inserimento di nuovi modelli "la gabbia", ispirandosi alla corsetteria tradizionale e traendo spunto dalla moda dal Rinascimento all'Ottocento. Il bikini coppa Plus, che veste ogni tipo di seno (dalla taglia II alla V), il BK 206, un nuovo modello di bikini a coppe estensibili, che segna una rivoluzione per le donne con particolari esigenze di vestibilità.

Anni '10 – Parah festeggia il 60° compleanno dalla sua fondazione. E' l'occasione per concretizzare l'attenzione verso la clientela femminile con una brillante limited edition: Parah Anniversary.

Il mondo del web prende il sopravvento e nel maggio del 2011 il sito si arricchisce con la nuova e-boutique.

L'azienda avvia il progetto di diversificazione delle collezioni puntando anche su capi di abbigliamento: nasce la collezione Parah Concept con tante proposte da coordinare e mixare per creare look davvero esclusivi.

Nuove modellistiche nella corsetteria, che verranno poi declinate anche nel beachwear: il "reggiseno tulipano" la particolare sagoma a fiore; il "reggiseno push-up high tech" ideale sia per seni piccoli che abbondanti ma non perfettamente tonici; il "reggiseno Super Up", costituito da una coppa graduata e ferretto. Parah New Generation un sofisticato mix di tradizione ed innovazione, un guardaroba completo per vestire la donna in ogni momento della giornata.

Nel 2017, ultimi dati disponibili pubblicati da fashionnetwork.com, l'azienda aveva presentato un fatturato da 10 milioni di euro, in linea con i dati del 2016.

This entry was posted on Wednesday, June 17th, 2020 at 4:52 pm and is filed under [Economia](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.