



LINGERIE &amp; BEACHWEAR NEWS

# INTIMORETAIL

## WEEKLY



LA NEWSLETTER PER GLI OPERATORI DI SETTORE - NUMERO 16 - ANNO V - 2 MAGGIO 2017

NEWS DAL 24 AL 28 APRILE



**HAI TEMPO FINO AL 3 MAGGIO**  
PER CANDIDARE LE TUE COLLEZIONI  
MARE E LE TUE ATTIVITÀ  
DI MARKETING E COMUNICAZIONE  
PER LA P/E 2017.

**Clicca QUI e invia**  
**le foto dei prodotti e**  
**delle iniziative all'indirizzo**  
**[beachwear.award@intimoretail.it](mailto:beachwear.award@intimoretail.it)**

### MAREDIMODA PRESENTA IL NUOVO TREND BOARD

**28/04.** Le tendenze mare, intimo e athleisure per l'estate 2019 elaborate dal Trend Board di MarediModa saranno presentate i primi giorni di maggio a Barcellona e successivamente a Como a un pubblico composto esclusivamente dagli uffici stile delle aziende iscritte alla prossima edizione del salone dedicato ai tessuti beachwear e lingerie. Lo scorso 11 aprile, infatti, presso la sede di MarediModa, ha preso il via la fase investigativa del nuovo MarediModa Trend Board. I temi per l'estate 2019, infatti, sono elaborati da un team costituito da David Shah, trend forecaster ed editore di *View Magazine*, Anne Marie Commandeur dello Stijlinstituut di Amsterdam, una personalità di spicco nel mondo del forecasting, e dagli uffici stile delle aziende associate a MarediModa che hanno portato il loro contributo nell'ambito della prima fase del percorso.



Anne Marie Commandeur dello Stijlinstituut di Amsterdam e David Shah, trend forecaster ed editore di *View Magazine*

### RHODIA-SOLVAY LANCIA AMNI SOUL ECO, IL FILATO DI POLIAMMIDE BIODEGRADABILE

**28/04.** Il Gruppo Rhodia-Solvay, azienda internazionale specializzata nello sviluppo di prodotti chimici, ha affidato a Fulgar la distribuzione in Europa di Amni Soul Eco, il filato di poliammide biodegradabile. Per l'azienda lombarda si tratta di un ulteriore rafforzamento della partnership con Rhodia-Solvay di cui già distribuisce il filato Emania. Con Amni Soul Eco, la società internazionale introduce nel mercato un prodotto altamente performante e in grado di rispettare l'ambiente lungo tutto il suo ciclo di vita. Infatti, grazie a una formula migliorata di poliammide 6.6, Amni Soul Eco biodegrada in meno di tre anni, permettendo di realizzare capi in grado di decomporsi rapidamente. Anche in fase di produzione, il nuovo filato è eco-friendly: un attento riutilizzo dell'acqua permette di evitare sprechi mentre gli speciali trattamenti applicati ai gas serra aiutano a mantenere inalterato il livello di ozono. I capi di abbigliamento, realizzati con tessuti che contengono questo nuovo filato, vantano doti di comfort, resistenza, traspirabilità, semplicità di lavaggio e velocità di asciugatura. Versatile e ideale per molteplici applicazioni, Amni Soul Eco può essere sottoposto a ogni tipo di lavorazione, offrendo così all'industria tessile la possibilità di creare prodotti di qualità destinati ai differenti segmenti dell'abbigliamento: lingerie e underwear, calzetteria, beach e sportswear, casual, jeanswear e moda tout court.

## INTIMORETAIL

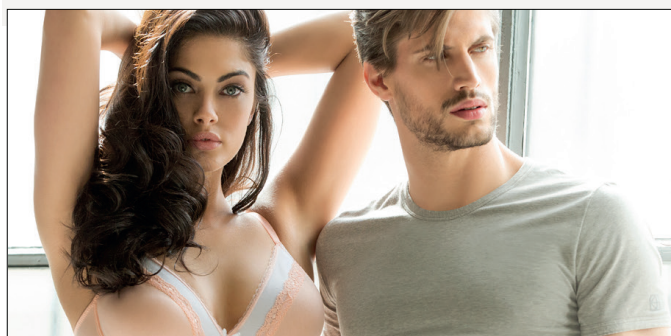
Registrazione al Tribunale  
di Milano  
n.237 dell'11 luglio 2013

Redazione  
via Don Milani, 1 20833  
Giussano (MB) Tel 0362.332160 -  
[www.intimoretail.it](http://www.intimoretail.it)

[redazione@intimoretail.it](mailto:redazione@intimoretail.it)

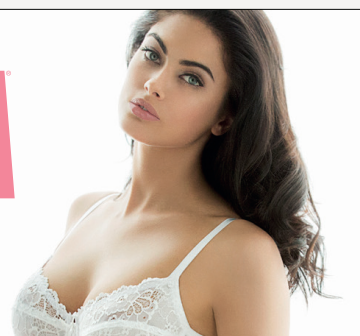
**Direttore responsabile**  
Davide Bartesaghi

**Direttore commerciale**  
Marco Arosio -  
[arosio@intimoretail.it](mailto:arosio@intimoretail.it)



## COTONELLA

[www.cotonella.com](http://www.cotonella.com)



# INTIMORETAIL

## WEEKLY



SFOGLIA ○ SCARICA

IL NUMERO DI APRILE/MAGGIO

### PUBBLIEFFE: PER L'ESTATE 2017 PRONTI PACK IMPERMEABILI E PERSONALIZZABILI



**27/04.** In vista del periodo estivo, la società marchigiana Pubblieffe, specializzata nella produzione di packaging, realizza anche per gli operatori del dettaglio trousse impermeabili personalizzabili, utilizzabili dai retailer come veicolo di diffusione della loro insegna. Grazie alle nuove tecnologie, l'azienda è in grado di produrre in Italia quantitativi minimi anche in meno di 30 giorni. I livelli di personalizzazione della trousse o pochette impermeabile sono molteplici: è sufficiente inviare il logo della propria attività commerciale, una foto del punto vendita o di un ambiente dello stesso, come ad esempio la vetrina. Inoltre, la macchina di taglio digitale consente di produrre qualsiasi forma desiderata, anche quella del logo, mentre il sistema di stampa permette di realizzare diverse fantasie, fino alla riproduzione della vetrina del negozio.

### MODE CITY: ATTESI 400 MARCHI ESPOSITORI. IN PROGRAMMA EVENTI CONSUMER



**27/04.** All'edizione 2017 di Mode City, in scena a Parigi dall'8 al 10 luglio negli spazi di Porte de Versailles, sono attesi 400 marchi per circa 300 aziende espositrici. Il numero è in lieve aumento rispetto al 2016, quando alla kermesse hanno partecipato 380 brand. Sono 60 i marchi che per la prima volta espongono alla kermesse. Mentre sono 40 quelli italiani. I dati sono stati resi noti il 27 aprile a Milano, nel corso della conferenza stampa di presentazione della manifestazione. L'evento è andato in scena nell'atelier della stilista Raffaella D'Angelo che quest'anno è stata eletta "Designer dell'Anno". Sono diverse le novità che la prossima edizione del Salone internazionale del beachwear presenterà agli operatori del mercato. Innanzitutto, a Mode City, debutta lo spazio Exposed: un salone nel salone dove espongono 40 marchi tra emergenti e storici come, ad esempio, Maison Lejaby e Villebrequin. Un elemento che accomuna molti degli articoli presenti in quest'area è l'impiego di materiali ecosostenibili. Alcune creazioni di questi brand saranno presenti nel pop up store che dal 27 maggio al 30 giugno sarà allestito alle Galeries Lafayette di Parigi. Un'altra novità riguarda invece l'area Sportiv: se nel 2016 questo spazio è stato sviluppato come un concept store, quest'anno è un vero e proprio settore espositivo della manifestazione dedicato alle linee active, sempre più proposte anche dai marchi di intimo e mare. Qui, ad esempio, saranno presenti aziende del calibro di Anita e Freya con le loro collezioni sportive, ma anche il brand canadese Lolè, specializzato nella produzione di linee di abbigliamento per chi pratica yoga. L'edizione 2017 di Mode City, inoltre, apre le porte al grande pubblico: per due pomeriggi, infatti, 150 consumatrici francesi potranno visitare l'area Sportiv e partecipare a una lezione di yoga organizzata dai canadesi di Lolè. La clientela finale, inoltre, sarà coinvolta in una sfilata che porterà in passerella alcuni capi selezionati. L'evento andrà in scena sabato 8 luglio e vedrà la partecipazione di 400 consumatrici e influencer.



# INTIMORETAIL WEEKLY



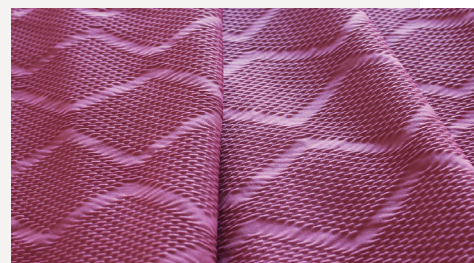
## KISSIMO BIANCALUNA: ANNA TATANGELO TESTIMONIAL DELLA CAMPAGNA SS 2017



**24/04.** Anna Tatangelo è la nuova testimonial dei marchi di abbigliamento intimo Kissimo Biancaluna e di biancheria per la casa Biancaluna. Per la collezione SS 2017, l'azienda campana proprietaria dei due marchi e del brand Genius Biancaluna, ha scelto di affidare alla cantante e showgirl il compito di raccontare "la buona biancheria italiana". In particolare, Anna Tatangelo è stata coinvolta per la campagna dedicata al brand Kissimo Biancaluna che per la P/E 2017 propone una collezione di intimo che si muove tra seduzione, moda, sport e comfort. La campagna ideata dall'agenzia Arthur Klein coinvolge diversi media: dalla Tv al web, passando per le affissioni, la stampa e i social.

## BRUGNOLI: A PERFORMANCE DAYS DEBUTTA LA LINEA B. RECYCLED

**24/04.** A Performance Days, la manifestazione in scena a Monaco dal 26 al 27 aprile, dedicata ai tessuti tecnici per le linee activewear e athleisure, Brugnoli presenta B. Recycled: la nuova linea di tessuti a base ricic-



clata. B. Recycled è una linea di prodotti Made in Italy a Km 0 con una filiera controllata e certificata: la creazione di questo tessuto firmato Brugnoli, infatti, ha inizio con il processo di riciclo della materia prima, interamente realizzato nei laboratori e impianti di Fulgar, e prosegue negli stabilimenti di Brugnoli, dove i tessuti vengono creati, prodotti e tinti senza necessità di spostamenti. B. Recycled si affianca a Br4, la famiglia di tessuti Brugnoli bio-based che si arricchisce di nuove soluzioni e varianti: Br4-111, un jersey stretch leggero ideale per T-shirt; Br4-9, un double face pensato per leggings e cardigan per il tempo libero; Br4-33, un passe-partout con tecnologia clean cut. Una vera e propria famiglia di tessuti di diversi pesi e trame, in grado di soddisfare le esigenze di numerose collezioni e segmenti, dal mare allo sport, all'intimo, all'athleisure fino all'abbigliamento.

## COMMERCIO AMBULANTE: NEL PERIODO 2012-2016 IL NUMERO DI IMPRESE CRESCE DELL'8,3%

**26/04.** Nel 2016, in Italia, le imprese operanti nel commercio al dettaglio ambulante hanno raggiunto le 194.762 unità. Il dato è in aumento dell'8,3% rispetto al 2012. A determinare questo incremento sono soprattutto gli operatori stranieri: nel periodo 2012-2016, infatti, il numero di bancarelle gestite da imprenditori esteri è aumentato del 29,5%. Lo scorso dicembre in Italia le attività di commercio ambulante gestite da stranieri erano 103.730. Sono questi i dati che emergono dalla fotografia scattata da Unioncamere-InfoCamere sui dati del Registro delle Imprese. Ai trend positivi del dettaglio ambulante si contrappongono quelli del commercio in sede fissa che, nel periodo considerato, rivela un calo dello 0,3%. Le attività ambulanti hanno registrato gli incrementi più importanti al Sud: a Napoli, Reggio Calabria, Pescara e Catanzaro per il commercio itinerante gli aumenti sono superiori al 20%. Tuttavia anche in due grandi province del Nord e del Centro come Milano e Roma, nel quadriennio la variazione di attività ambulanti è stata elevata, pari rispettivamente al +34% e al +22%. Nel capoluogo lombardo allo scorso dicembre si contavano 9.562 attività di commercio ambulante, il dato sale a 12.495 nella Capitale. Ma con 16.585 imprese Napoli è prima anche per numero di attività e non solo per gli incrementi registrati nel quadriennio preso in esame dall'indagine. Il settore più rappresentato dagli operatori del commercio ambulante è quello dei tessuti e articoli di abbigliamento: a fine dicembre, facevano capo a questo comparto 51.646 imprese ambulanti (il 27% del totale), cresciute di oltre 3mila unità (+6,6%). Con riferimento alle sole imprese individuali, negli ultimi quattro anni la nazionalità in maggiore espansione è il Bangladesh (6.659 ambulanti in più e 15.213 imprese in totale) che, insieme al Senegal (+2.257), condivide il secondo posto per rappresentatività nel commercio ambulante (entrambi con il 15% sul totale). Ma la leadership delle bancarelle resta tuttavia in mano ai marocchini con 40.189 ambulanti (il 39% del totale del comparto), anche essi cresciuti in modo significativo nel periodo esaminato (+14%).