



LINGERIE & BEACHWEAR NEWS

INTIMORETAIL

WEEKLY



LA NEWSLETTER PER GLI OPERATORI DI SETTORE - NUMERO 33 - ANNO V - 2 OTTOBRE 2017

**INTIMO: DURANTE L'A/I 2016-17
SELL OUT A -0,8% PER LE LINEE
DONNA. L'UOMO SEGNA UN -0,5%**



29/09. Durante la stagione A/I 2016-17 in Italia il sell out delle linee di intimo femminile e maschile ha registrato, rispettivamente, un calo a valore corrente dello 0,8 e dello 0,5%. Sia per i prodotti donna sia per quelli uomo questo trend è rimasto costante durante tutti i bimestri della stagione.

È quanto emerge dalle elaborazioni di Sistema Moda Italia (SMI) su dati Sita Ricerca. Sul fronte dei canali di vendita, per l'intimo donna le elaborazioni di SMI mostrano crescite vivaci per outlet ed e-commerce. Per i prodotti uomo, invece, si nota una crescita a doppia cifra delle catene.

NEWS DAL 25 AL 29 SETTEMBRE

PORTROSE: NELLA COLLEZIONE SS 2018 LA NATURA È PROTAGONISTA DI STAMPE ALLOVER E POSIZIONATE



29/09. La collezione Portrose SS 2018 si sviluppa in tre linee: Black Sauvage, Color Jungle, Optical Zoo ognuna delle quali propone stampe allover e posizionate ispirate ai principali trend della prossima stagione. Nella serie Black Sauvage, il macro-tema powerfulforest offre una stampa dal sapore selvaggio in bianco e nero con flash di colori in contrasto. Color Jungle si presenta invece come un'esplosione delle tonalità tipiche degli ambienti tropicali. Optical Zoo propone la fantasia zebidata nel classico bianco e nero e nella più innovativa versione blu elettrico e bianco. Completano la serie costumi in Lycra opaca nera e blu elettrico con ricamo a cornelli sempre bianco, coordinabile alla stampa. La collezione beachwear include bikini, trikini e costumi interi con accorgimenti modellanti e un fit studiato per soddisfare le esigenze di tutte le silhouette a partire dalla taglia 44. Copricostumi e capi fuoriacqua, realizzati in diversi materiali, come il jersey in viscosa e cotone, stampati o su fondi mossi, completano la collezione.



COTONELLA
www.cotonella.com

INTIMORETAIL

WEEKLY



PER RICEVERE GRATUITAMENTE LA RIVISTA
INTIMO RETAIL E LA NEWSLETTER SETTIMANALE

[CLICCA QUI](#)

TAIANA SCOMMETTE SULL'ATHLEISURE



28/09. Nella collezione SS 2019 Taiana Blu la linea donna apre all'athleisure con l'impiego di tessuti della serie Bellagio leggeri, performanti, coprenti, traspiranti, indeformabili e resistente ai raggi UV. Per rispondere alla crescente attenzione dedicata allo sport, per confezionare i capi delle collezioni sportswear SS 2019, saranno disponibili i nuovi sviluppi di Allure. Questo tessuto oltre a contrastare gli inestetismi della pelle grazie all'emissione di radiazioni infrarosse, migliora la microcircolazione, riduce l'affaticamento muscolare e la produzione di acido lattico. All'interno del filato, infatti, vengono inglobate micro particelle ceramiche che attivano i raggi FIR (Fire Infra Red), ovvero gli infrarossi che stimolano l'attività cellulare e interagiscono con il primo strato di cute fino a un centimetro di profondità sciogliendo l'adipe che viene espulso attraverso il flusso ematico.

Nel costume da bagno puro invece la proposta si articola sugli jacquard, i bistréch, i lisci e seersucker, i tinti in filo, gli operati e i laminati fino agli effetti denim operati e jacquard. Particolarmente ricca la proposta della serie Contemporary classic con il tinto in filo sviluppato su bistréch woven che spaziano dal vichy ai bicolori jacquard.

MAREDIMODA: CONTAMINAZIONE DI STILI PER LE COLLEZIONI MARE SS 2019



27/09. Maredimoda, la manifestazione dedicata ai produttori di tessuti e accessori per il beachwear e la lingerie, in scena a Cannes il prossimo novembre, ha diffuso i trend elaborati per l'estate 2019 da David Shah e l'istituto di Amsterdam Stijlinstituut. Per le collezioni beachwear le tendenze sono quattro: Ad hoc, Next Nature, Artful e Into the cloud.

Il primo trend esprime la libertà di scegliere e mixare tra loro strati e colori: outfit modulari si combinano, si uniscono in nuove modalità per trasformare lo swimwear in sportswear. I tessuti perfetti per questo trend sono compatti e funzionali, adatti al nuoto e allo sport. Tagli laser, reti stampate, pattern ripetuti e jacquard con disegni a onde caratterizzano i capi dove la funzionalità è rimarcata da zip, nastri e tagli. Nel trend Next Nature la foresta è la fonte d'ispirazione principale, con le sue tonalità verde palma e i colorati piumaggi che vi regnano. Al centro di questo tema c'è il concetto dell'ibridazione perché outwear e moda mare si fondono. Questo trend privilegia tessuti artificiali, ispirati alla natura: superfici lisce come pelle, pelose o simili al guscio di una tartaruga. Nel tema Artful, invece, i tessuti cotton-touch contrastano con materiali skin-touch, charmeuses basiche sono accostate a crochet, plissé, piqués con effetti a nido d'ape. In questo trend i pattern si sovrappongono mixando spazi ed epoche: piccole grafiche d'ispirazione retrò si mischiano a pattern ispirati a Memphis; pattern africani si mescolano a strisce tagliate e incollate; pannelli audaci e blow up rimandano alla Pop art mentre l'espressività delle emoticon riconduce ogni cosa ai nostri giorni. Infine il tema Into the cloud che propone capi realizzati con metodi innovativi che evidenziano dettagli stampati e accessori in 3D. La vestibilità è migliorata grazie alla tecnologia body-scanning. La forma conferisce glamour e sensualità ai tessuti tecnologici, agli accessori e ai processi di produzione. Morbidi tessuti uniti o micro-texture appena accennate rimandano a stampe futuristiche.

INTIMORETAIL

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

Direttore responsabile
Davide Bartesaghi
Redazione
via Don Milani, 1 20833

Giussano (MB) Tel 0362.332160
www.intimoretail.it
redazione@intimoretail.it

Direttore commerciale
Marco Arosio -
arosio@intimoretail.it



INTIMORETAIL

WEEKLY

BONJOUR ET BONNE NUIT: IL PIGIAMA È SEMPRE PIÙ VERSATILE

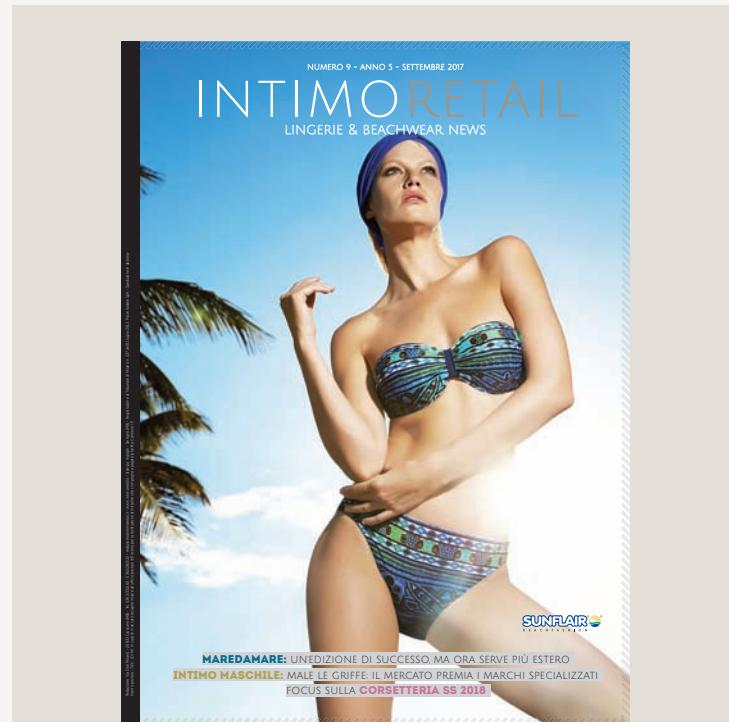


27/09. Eleganza, comfort e stile contraddistinguono la pigiameria Bonjour et Bonne Nuit. Per la prossima estate la stilista Cristina Novati ha ulteriormente incrementato nella collezione la presenza di capi che per i tagli e per alcuni dettagli sono assimilabili e veri e propri articoli di abbigliamento easy to wear, adatti ai momenti di relax vissuti tra le mura domestiche oppure durante una vacanza. Nella serie Smart, ad esempio, le tinte pastello sono abbinate a dettagli in cannetè red e blue e a nastri in cotone sfrangiato. La linea Luxury invece propone la tonalità lemon sia nei piping sia nei ricami.

STELLA McCARTNEY E ALICIA KEYS INSIEME PER LA PREVENZIONE DEL TUMORE AL SENO



26/09. Come testimonial della campagna di prevenzione del tumore al seno, Stella McCartney ha scelto Alicia Keys, vincitrice di numerosi Grammy Awards. Nell'ambito di questa operazione, la designer ha realizzato per la collezione FW 2017, il completo Ophelia Whistling nel colore rosa papavero. Il set reinterpreta la lingerie in chiave semplice e confortevole ma allo stesso tempo sensuale. La gamma è composta da un reggiseno con coppa morbida e slip, realizzati in pizzo giapponese e arricchiti da spalline sottili e bottoni ricoperti in seta. La scelta di Alicia Keys si spiega anche con l'obiettivo della campagna 2017 che vuole sottolineare le diseguaglianze in fatto di accesso alla prevenzione. Secondo alcuni studi recenti, il tasso di mortalità da tumore al seno è più alto del 42% tra le donne afro-americane rispetto a quelle caucasiche. Per questo motivo, la campagna supporterà il centro diagnostico Memorial Sloan Kettering Breast Examination Center di Harlem, che ha visitato oltre 200 mila donne per tumore al seno e offre alla comunità locale assistenza gratuita e qualificata. Stella McCartney devolverà gli incassi dalla vendita del completo anche al centro Linda McCartney di Liverpool. Il completo in edizione limitata sarà disponibile a partire dal 1° ottobre nei punti vendita Stella McCartney, sul sito www.stellamccartney.com e presso Saks Fifth Avenue, Harrods, Selfridges, Net-a-porter, Harvey Nichols e Le Bon Marché.



**SFOGLIA O SCARICA
IL NUMERO DI SETTEMBRE**

CSP INTERNATIONAL: NEL PRIMO SEMESTRE RICAVI A 51,2 MLN DI EURO (-1,7%)



26/09. CSP International ha chiuso il primo semestre del 2017 con ricavi a 51,2 milioni di euro, in calo dell'1,7% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Il Consiglio di amministrazione del gruppo lombardo quotato alla Borsa ha approvato il 25 settembre i risultati del periodo gennaio-giugno che ha visto le vendite sul mercato francese diminuire del 10,8%, contro il +5% registrato dalla capogruppo. L'Ebitda cala a -2,4 milioni (di cui -0,2 milioni riferiti a Perofil). Il conto economico si chiude con una perdita netta di 3,8 milioni contro i 2 milioni del 2016. Rispetto a fine dicembre 2016, le disponibilità finanziarie nette si riducono da 13,9 a 1,4 milioni, a causa dell'acquisizione di Perofil, che ha assorbito liquidità per 4,7 milioni. Nei prossimi mesi il gruppo sarà impegnato nel processo di riorganizzazione e razionalizzazione, unitamente al completamento dell'integrazione della neo-acquisita Perofil.

INTIMORETAIL

WEEKLY

BARRY HYTINEN È IL NUOVO CHIEF FINANCIAL OFFICER DI HANESBRANDS



26/09. Hanesbrands, la società americana a cui fanno capo diversi brand tra cui Champion, Maidenform, DIM, Playtex, Lovable, Wonderbra, per citarne solo alcuni, ha il suo nuovo Chief financial officer (Cfo): Barry Hytinen che proviene dalla società americana Tempur Sealy International dove ricopriva un ruolo analogo. Hytinen, 42 anni, subentra a Richard Moss che

lo scorso aprile, dopo 12 anni trascorsi in Hanesbrands, ha rassegnato le dimissioni perché a fine anno concluderà la sua carriera lavorativa. Sino a quella data resterà in azienda in qualità di consulente. Il nuovo Cfo sarà operativo dal prossimo 16 ottobre.

RAFFAELA D'ANGELO LANCIA IL "PAINT-KINI"



25/09. Si chiama paint-kini il capo di punta della collezione Raffaela D'Angelo SS 2018: un bikini dipinto a mano con fantasia floreale, pensato per essere indossato con caftani vaporosi e ampi parei. Sabato 23 settembre a Milano, nella suggestiva cornice dello Spazio Gessi, Federica Pellegrini

ha sfliato in passerella con questo articolo. Come ogni anno, infatti, l'atleta è stata scelta dalla stilista per presentare agli operatori di settore che partecipano allo show il capo di punta della collezione. Per la prossima estate, Raffaela D'Angelo si è ispirata ai colori accesi delle isole del Mediterraneo: da Panarea a Lipari, passando per le Eolie. I bikini e i costumi interi sono stampati, ricami o a crochet, abbinabili a lunghi abiti in seta e a miniabiti in lino. La palette cromatica è vivace e variegata, le stampe riproducono acquerelli che rappresentano fiori, giardini e paesaggi. I tessuti, infine, sono tecnici come i lini spalmati, i ricami laser e i pizzi iridescenti.

MELISSA SATTA DISEGNA LA LINEA 2018 DI CHANGIT

25/09. In occasione di White, la manifestazione in scena nel capoluogo lombardo dal 22 al 25 settembre, il marchio beachwear Changit, prodotto e distribuito dalla società pugliese Giorgio, ha presentato la collezione disegnata da Melissa Satta. Per l'estate 2018, la showgirl e modella ha ideato per il brand una linea di bikini, costumi interi, capi fuoriacqua e accessori. La collezione si presenta ricca di stampe, lavorazioni a uncinetto e passamanerie. La palette colori, oltre ai classici bianco e nero, include le tonalità di tendenza: dal verde al blu elettrico, dall'arancio al bordeaux con accenti di fuxia e giallo fluo.. Le stampe sono proposte sia su fondo bianco con elementi neri e colori acquarellati, sia con motivi e geometrie etniche. Tra gli accessori, si distinguono le borse in paglia e le baguettes in paillettes. I fuoriacqua sono ampi e fluidi, spesso chiusi da un accessorio gioiello dorato. La collezione include anche una serie active contraddistinta da tessuti con spalmature metalliche abbinati alla ciniglia suggerita nei toni pastello.



OSCALITO: SHOP IN SHOP E OPERAZIONI CONSUMER PER LA COLLEZIONE FW 2017

25/09. Per presentare la collezione FW 2017, Oscalito ha scelto di realizzare una serie di eventi in alcune prestigiose boutiques di lingerie di Milano e Monza Brianza. Nell'ambito di questa operazione, in scena nel mese di ottobre, per una settimana i punti vendita coinvolti si trasformeranno in monomarca Oscalito. Vetrine e allestimenti all'interno degli store saranno sviluppati per dare forma al tema della naturalità per enfatizzare uno dei plus principali delle collezioni Oscalito: l'impiego di fibre naturali per il confezionamento dei capi. Gli store coinvolti a Monza e Brianza sono Le Perle di Monza e Ortopedia Abbigliati di Seregno (MB). Per Milano, invece, Oscalito ha scelto Intimo Gilda, ES il bello dell'intimo e Al punto Blu.



