



LINGERIE & BEACHWEAR NEWS

INTIMORETAIL

WEEKLY



LA NEWSLETTER PER GLI OPERATORI DI SETTORE - NUMERO 29 - ANNO V - 4 SETTEMBRE 2017

TWINSET PUNTA A SVILUPPARE IL SUO PROGRAMMA RETAIL IN ITALIA E ALL'ESTERO



01/09. In un'intervista pubblicata il 1° settembre da *Il Sole 24 Ore*, Alessandro Varisco, amministratore delegato di Twinset, dichiara che per affermarsi in un contesto sempre più competitivo, l'azienda del fondo Carlyle intende sviluppare ulteriormente il suo programma retail, sia in Italia sia all'estero. Verranno quindi investiti anche in questa direzione i 60 milioni a disposizione della società. Attualmente, la rete dei monomarca Twinset rappresenta il 40% del giro d'affari dell'azienda, mentre l'e-commerce veicola il 4%. L'intervista è anche l'occasione per parlare del ritorno di Twinset al Festival del Cinema di Venezia. Al Lido, infatti, il 5 settembre verrà proiettato il cortometraggio *"Io sì, tu no"* realizzato dal regista Sydney Sibilia per l'azienda emiliana e Rai Cinema. Lo scorso anno, invece, il corto era stato ideato da Paolo Genovese. Dopo la proiezione a Venezia, il filmato sarà online anche sul sito dell'azienda.

NEWS DAL 28 AGOSTO AL 1° SETTEMBRE

INTIMO RETAIL: NEL NUMERO DI SETTEMBRE SPUNTI E RIFLESSIONI SUL FUTURO DELLE FIERE

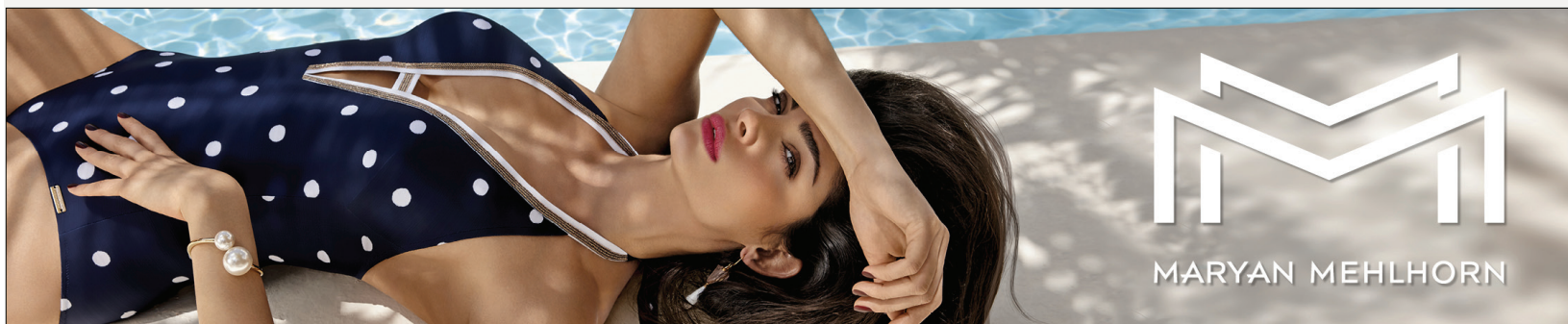
01/09. Il numero di settembre di *Intimo Retail* offre un ampio reportage dalla decima edizione di Maredamare. Un'attenzione particolare è riservata alla cerimonia di premiazione dei vincitori del concorso, organizzato da *Intimo Retail*, "Beachwear Award - Il retail premia l'industria", che si è svolta durante il salone fiorentino. Chi non avesse potuto partecipare all'evento, può vedere il video utilizzando il QR Code presente nell'articolo. L'indagine dedicata all'abbigliamento intimo maschile, invece, evidenzia luci e ombre di un comparto attraversato da molti cambiamenti. Infine, diversi servizi puntano i riflettori sulle novità introdotte dalle aziende della produzione per l'estate 2018 e per la stagione autunno/inverno ormai alle porte.



SFOGLIA O SCARICA
IL NUMERO DI SETTEMBRE

CALZEDONIA: ACQUISITO IL CALZIFICIO 2M DI CASTIGLIONE DELLE STIVIERE (MN)

01/09. Il gruppo Calzedonia ha perfezionato l'acquisizione del calzificio 2M di Castiglione delle Stiviere (Mn), specializzato nella produzione di calze da uomo, con un organico di 200 addetti. L'accordo definitivo è il risultato di un processo iniziato lo scorso maggio quando Calzedonia ha acquisito anche le quote di capitale che la società del Gruppo Golden Lady Engfin deteneva dal 2015 nel calzificio 2M. In seguito all'acquisizione, al gruppo di Sandro Veronesi va il 70% del capitale di 2M, mentre ai cinque titolari il 30%. L'acquisizione da parte del Gruppo Calzedonia dovrebbe portare anche a investimenti per migliorare i processi produttivi, la sicurezza e la gestione del magazzino.



INTIMORETAIL WEEKLY

MARETTE BEACHWEAR SPONSOR DI MISS MAMMA ITALIANA



Miss Mamma 2017 PHOTO CENTER RUSSI

01/09. Per il secondo anno consecutivo, il marchio Maretti Beachwear è sponsor ufficiale del concorso Miss Mamma Italiana, un evento realizzato da Te.Ma Organizzazione spettacoli di Paolo Teti, in collaborazione con APT Valle Cimbra; Winni's Natural; il settimanale *Confidenze*; Commercianti Indipendenti Associati Conad; Latteria Soligo ed Elly calze e collant. Lo scorso giugno, durante la finale del concorso, in scena a Folgaria (Tn) Giorgia Granata è stata eletta Miss Mamma Italiana 2017. La manifestazione prevede anche la sessione Miss

Mamma Gold riservata alle mamme con un'età tra i 46 e i 55 anni. La finale in questo caso è in programma a Staffolo (An) dal 7 al 9 settembre. Anche in questa occasione, le miss indosseranno i costumi firmati Maretti.



PER RICEVERE GRATUITAMENTE LA RIVISTA
INTIMO RETAIL E LA NEWSLETTER SETTIMANALE

[CLICCA QUI](#)

MAGLIFICIO EMMEBIVI: LA NATURA ISPIRA LE COLLEZIONI SS 2018 LOVE E PRIMA CLASSE

31/08. La natura è il fil rouge che lega le collezioni SS 2018 del Maglificio Emmebivi. Per la prossima primavera/estate la proposta di maglieria esternabile dell'azienda lombarda si sviluppa in due collezioni: Love e Prima Classe. La prima offre capi easy wear, adatti



alla quotidianità. La collezione Prima Classe, invece, risulta più elegante e raffinata con maglie e sotto giacca. In entrambe le collezioni, il cotone è il materiale protagonista utilizzato puro oppure in mischia con altre fibre. I capi, inoltre, sono arricchiti da accessori e lavorazioni che esaltano gli aspetti materici del prodotto. Le due collezioni verranno proposte con un nuovo packaging, progettato per aumentare le opportunità di visual e di esposizione.

OVS UNDERWEAR APRE A VITERBO L'OTTAVO STORE



31/08. A Viterbo, in corso Italia, 27, apre i battenti oggi, giovedì 31 agosto, uno store OVS Underwear. Per l'insegna del gruppo Coin si tratta dell'ottavo punto vendita specializzato nelle linee underwear uomo, donna e bambino, fitness e make-up a marchio Essence. Attualmente, i negozi OVS Underwear sono situati esclusivamente nel Sud Italia: a Napol, dove sono presenti tre store,, Bacoli (Na), Bitonto (Ba), Ischia e a Santa Maria Capua Vetere (Ce).

INTIMORETAIL

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

Direttore responsabile
Davide Bartesaghi
Redazione
via Don Milani, 1 20833

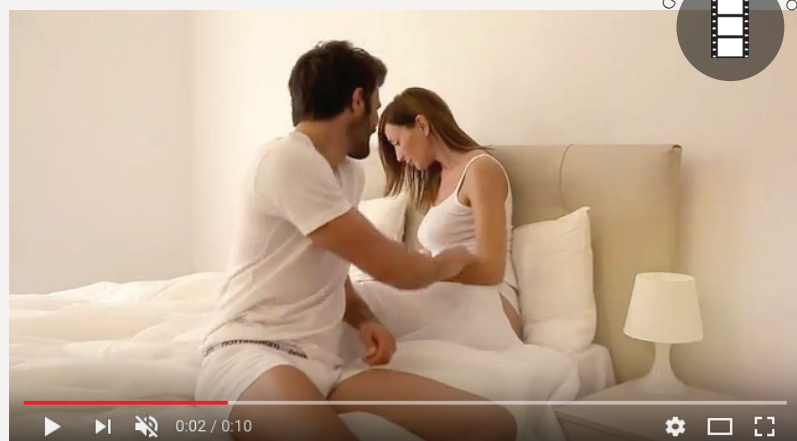
Giussano (MB) Tel 0362.332160
www.intimoretail.it
redazione@intimoretail.it

Direttore commerciale
Marco Arosio -
arosio@intimoretail.it



INTIMORETAIL WEEKLY

NOTTINGHAM: AL VIA UNA CAMPAGNA TV SULLE RETI MEDIASET



30/08. Nottingham, il marchio di intimo e pigiama maschile e femminile, sbarca in Tv. Da domenica 3 fino al prossimo 9 settembre, infatti, il brand è presente sulle reti Mediaset con uno spot che accompagna i passaggi del segnale orario che anticipano la trasmissione Tg5 Prima Pagina. Contemporaneamente, lo spot è on air sul canale 51 TGCom24, nella fascia oraria dalle 6.00 alle 8.00.

SEAFOLLY ELETTO "BEST SWIMWEAR BRAND" DA MARIE CLAIRE AUSTRALIA

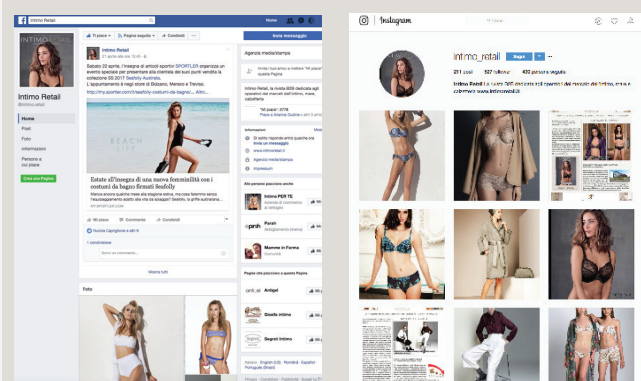


29/09. Nuovo riconoscimento per Seafolly Australia. Lo scorso 15 agosto, infatti, il marchio ha ricevuto il premio "Best Swimwear Brand – Readers' Choice" dal prestigioso periodico femminile *Marie Claire Australia* che, ogni anno, organizza il premio The Prix.

SEGUICI ANCHE

SU **facebook**

E  **Instagram**



ZALANDO: NEL PRIMO SEMESTRE RICAVI A OLTRE 2 MLD DI EURO (+21,5%)



28/08. Zalando ha archiviato il primo semestre del 2017 con ricavi a quota 2,080 miliardi di euro, in crescita del 21,5% rispetto allo stesso periodo del 2016. Lo ha comunicato l'azienda lo scorso 10 agosto. L'Ebit adjusted del gruppo si è attestato a quota 102,1 milioni di euro con un margine del 4,9%. L'e-tailer tedesco punta a chiudere l'anno con un fatturato in crescita del 20-25% rispetto al 2016 che aveva registrato un giro d'affari di 3,639 miliardi di euro. Nel periodo gennaio-giugno, le vendite di Zalando si sono concentrate soprattutto in Germania, Austria e Svizzera dove il fatturato ha superato il miliardo di euro (1,017), mentre negli altri mercati europei il turn over è stato di 898 milioni di euro. L'azienda punta a superare i 7,5 miliardi di euro entro il 2020.

BETTIB.

