



LINGERIE & BEACHWEAR NEWS

INTIMORETAIL

WEEKLY



LA NEWSLETTER PER GLI OPERATORI DI SETTORE - NUMERO 42 - ANNO V - 4 DICEMBRE 2017

NEL 2018, AUBADE TAGLIA IL TRAGUARDO DEI 60 ANNI



01/12. Nel 2018 il marchio francese Aubade compie 60 anni. Per celebrare questo importante anniversario, la maison ha scelto di cambiare la sua strategia di comunicazione per incrementare la notorietà del brand in alcuni mercati europei. Il claim "Parlez-vous Aubade?" e l'hashtag #SpeakAubade sono due elementi della nuova strategia di comunicazione che punta anche a modernizzare la modalità del brand di dialogare con la clientela finale. Il cambiamento è stato voluto e avviato da Martina Brown, direttore generale di Aubade, arrivata in azienda due anni fa. Il suo ingresso ha portato a una diversificazione dell'offerta del brand, di proprietà della società svizzera Calida, con l'introduzione nella collezione di corsetteria di uno sviluppo coppe più profondo. Tuttavia il rafforzamento della proposta di articoli in coppe differenziate non ha inficiato il posizionamento del brand che ha nella seduzione il suo tratto distintivo. Sul fronte del prodotto, invece, per l'inverno 2018, Aubade amplierà l'offerta colori della linea in tulle Nudessence.

NEWS DAL 27 NOVEMBRE AL 1° DICEMBRE



LUNA SPLENDIDA PUNTA SULLE LINEE MIDNIGHT ED ETHER. A pag 3



EUROVET E WSN PORTANO EXPOSED ALLA PARIGI FASHION WEEK

01/12. A fine settembre 2018, nel calendario della Parigi Fashion Week, ci sarà anche Exposed, lo spazio d'avanguardia dedicato al beachwear e all'intimo, nato nel 2016 con il nome Uncover all'interno del Salon International de la Lingerie (Sil) e successivamente ribattezzato come Exposed. La presenza del Salone B2B durante la Settimana della Moda di Parigi nasce dall'accordo che Eurovet, l'ente che organizza Sil e Mode City, ha siglato con WSN, la società a cui fanno capo manifestazioni come Paris sur Mode e Première Classe. Nell'ambito della partnership, WSN sarà responsabile della promozione, mentre Eurovet si occuperà dell'organizzazione dell'ambiente. L'iniziativa punta a incrementare la visibilità e la notorietà di Exposed anche a un nuovo pubblico. Lo spazio sarà curato da Matthieu Pinet, fondatore del sito *The Shape of the Season*, che propone una nuova visione della moda per quei buyer che vogliono arricchire la loro offerta con prodotti contemporanei. Exposed prevede anche pop-up all'interno delle Galeries Lafayette.



 **COTONELLA**

www.cotonella.com

INTIMORETAIL

WEEKLY

HOMI SCALDA I MOTORI PER L'EDIZIONE INVERNALE



01/12. L'edizione invernale di Homi, il Salone degli stili di vita di Fiera Milano in scena dal 26 al 29 gennaio 2018, si prospetta ricca di novità grazie alle creazioni e ai prodotti delle aziende espositrici, rappresentate da società internazionali, ma molto più spesso da piccole società dotate di grandi potenzialità creative. Il layout espositivo conferma la presenza di numerose aree speciali ed eventi che presentano l'artigianato di qualità, le creazioni di designer emergenti, l'evoluzione dell'oggettistica e della decorazione di eccellenza. In particolare, a gennaio la manifestazione pone un accento specifico sugli spazi dedicati al mondo della tavola e della cucina, con le proposte per la prossima stagione, mentre nel satellite fashion&jewels sono in programma numerosi incontri formativi. Grazie alla nuova collaborazione con Doxa, l'istituto italiano di ricerche e indagini statistiche, verrà presentata un'indagine sui modi di vivere la casa e sulle abitudini di consumo. Per la prossima stagione WGSN anche a Homi 2018 illustrerà uno studio sulle tendenze. Mentre come nelle scorse edizioni, alle categorie concettuali emerse dalla ricerca sarà associato uno spazio espositivo, che vedrà alcuni oggetti esposti in manifestazione concretizzare i vari paradigmi di stile individuati dall'indagine. E infine, si conferma anche quest'anno il format di Homi in Città, con iniziative pensate per raccontare le storie e i protagonisti della manifestazione anche al grande pubblico della metropoli. Per questa occasione, Il Salone degli Stili di vita presenterà la mostra "Convivendo, l'Arte della Tavola tra passato e futuro" dedicata alle più affascinanti espressioni degli oggetti dedicati alla tavola, come meridiana degli stili nella storia.

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



CALENDARIO BEAUTIFUL CURVY 2018: TRA LE MODELLE C'È ANCHE MISS CURVYSSIMA



30/11. Anche per il 2018 torna l'appuntamento con il calendario Beautiful Curvy. Giunto alla sesta edizione, il progetto è nato da un'idea di Barbara Christmann (www.beautifulcurvy.com), e si presenta come un inno alla diversità: ogni donna è libera di esprimere ciò che è e come si sente con sé stessa, perché la bellezza non è nell'occhio di chi guarda, ma di chi si guarda. Il calendario Beautiful Curvy è dunque un progetto di valore che continua a essere sostenuto da molte aziende: da Sophia Curvy per l'abbigliamento femminile, ad Anita e Rosa Faia per l'intimo ed il mare donna, a Parah Impronte per il beachwear, a Krisline azienda polacca di intimo e mare, sino alla nuova Minavara Fashion azienda del Kazakistan. Gli scatti del calendario Beautiful Curvy 2018 sono del fotografo di moda Stefano Bidini che ha sempre appoggiato il progetto sin dalle origini. Per la sesta edizione, sono state immortalate 22 donne dai 20 ai 50 anni, provenienti da tutta Italia: da Miss Curvyssima 2017, alle sei vincitrici del programma televisivo su la La7d, "Il Bello delle Curve", sino alle donne comuni che hanno scelto di metterci anima, cuore e corpo, per veicolare, attraverso ogni singolo mese, la bellezza della varietà di ognuno, da tutelare e salvaguardare.

PER SAN VALENTINO JULIPET PROPONE J-BOXER



29/11. Si chiama J-Boxer la novità firmata Julipet per San Valentino. Per la festa degli innamorati, il noto brand di intimo e pigiameria ha scelto di puntare sul rosso anche per un capo maschile. J-Boxer parte dall'estetica e dalla vestibilità del boxer classico, per evolversi verso il comfort grazie al supporto dello slip leggerissimo in jersey di puro cotone, inserito nella parte frontale di un boxer in tela di puro cotone.

INTIMORETAIL

WEEKLY



SFOGLIA O SCARICA
IL NUMERO DI NOVEMBRE/DICEMBRE

LUNA SPLENDIDA PUNTA SULLE LINEE MIDNIGHT ED ETHER



28/11. Nella collezione FW 2017-18, Luna Splendida ha inserito due linee in pronto magazzino, sempre riassortibili: Ether e Midnight. I retailer possono acquistare i capi direttamente sul sito B2B dell'azienda: <http://b2b.lunaitalia.it>. Contestualmente, Luna Splendida ha arricchito le linee Gothic and Honeymoon con una nuova proposta bodywear. La serie Ether propone corsetteria particolarmente leggera

grazie alla tecnologia 3D spacer cup e all'impiego di materiali innovativi come i tessuti Sensitive che garantiscono comfort e morbidezza. La linea include reggiseni che vantano uno sviluppo coppe/taglie che va dalla 75B all'85F. La palette colori include invece tre tonalità: nero, beige e cioccolato. Midnight, invece, è una linea che si contraddistingue per il gioco di trasparenze grazie alla sovrapposizione tra i pizzi e i materiali come il tulle e il macramè. In questa serie Luna Splendida ha inserito anche alcuni body, particolarmente sensuali, che possono essere indossati come sottogiacca. La corsetteria, invece, offre uno sviluppo coppe che va dalla B alla E.

REGIONE LOMBARDIA APPROVA IL BANDO STOREvolution: STANZIATI 9,5 MLN DI EURO PER IL COMMERCIO DI VICINATO

27/11. La Giunta di Regione Lombardia ha approvato il bando Storevolution che mette a disposizione 9,5 milioni di euro per l'innovazione digitale nel commercio di vicinato. Attivo a partire dai primi mesi del 2018, il bando finanzierà, a fondo perduto, fino al 50% gli investimenti sostenuti per l'innovazione digitale da una singola impresa al dettaglio (investimento minimo 10.000 euro) e sino al 60% gli investimenti di un'aggregazione di almeno sei imprese (investimento minimo 20.000 euro).

Diversi gli interventi e le spese ammissibili per l'acquisto di soluzioni e sistemi digitali e lo sviluppo di servizi per il cliente e di customer experience nel punto vendita: si spazia dai totem ai touchpoint, per arrivare alle vetrine intelligenti, a specchi e camerini smart e agli scaffali multimediali. Nel caso di ristrutturazioni totali del punto vendita sono anche ammesse, al netto dell'Iva, spese per l'acquisto di arredi e impianti, per l'acquisto di macchinari e attrezzature, hardware e software. Infine, nel bando rientrano anche le spese sostenute per consulenze e servizi di formazione necessari alla realizzazione del progetto e finalizzati agli investimenti ammissibili.



CALZIFICIO SCHINELLI ACQUISISCE LA BELGA CETTE E DISTRIBUISCE I PRODOTTI BRAZA



27/11. Cresce l'offerta del calzificio Schinelli, l'azienda a cui fa capo il brand Calzitaly le cui collezioni sono in vendita, anche per i dettaglianti indipendenti, sullo shop online calzitaly.it. Nei mesi scorsi, infatti, la società lombarda ha acquisito l'azienda belga Cete. Specializzata nella produzione di hosiery e shapewear. In Europa distribuisce anche gli articoli della società americana Braza, la cui

offerta, oltre a un'ampia gamma di accessori legati al mondo della corsetteria, propone una vasta linea di reggiseni senza schiena e senza spalline, i cosiddetti Strapless support. L'accordo tra Cete e Braza è rimasto invariato anche in seguito all'acquisizione della società belga: il calzificio Schinelli, quindi, in qualità di nuovo proprietario della società belga distribuirà anche in Italia i prodotti Braza. Contestualmente, l'azienda americana seguirà lo sviluppo del brand Calzitaly nel mercato americano.



**the packaging that wears
the underwear**



LEGOPLAST s.r.l.
Via Monte Rosa 13
28068 Romentino (NO), Italy
Tel +39 0321 868001
Fax +39 0321 868914

www: legoplast.com
mail: packaging@legoplast.it