



LINGERIE & BEACHWEAR NEWS

INTIMORETAIL WEEKLY



LA NEWSLETTER PER GLI OPERATORI DI SETTORE - NUMERO 5 - ANNO VII - 11 FEBBRAIO 2019

A IMMAGINE ITALIA E FIRENZE HOME TEXTSTYLE 8.400 VISITATORI

06/02. Per la 12^a edizione di Immagine Italia & Co e la prima edizione di Firenze Home Textstyle il bilancio è positivo. Le manifestazioni, che si sono svolte dal 2 al 4 febbraio a Firenze rispettivamente nel padiglione Spadolini di Fortezza da Basso e nel padiglione Cavaniglia, si sono concluse con oltre 8.400 visitatori. Il 65% degli operatori ha segnalato in maniera specifica interesse per il comparto intimo-lingerie, quindi per Immagine Italia & Co, il 14% per il settore casa e nautica, cioè Firenze Home Textstyle, mentre il 21% ha espresso interesse per entrambe le manifestazioni. Sul fronte dei visitatori stranieri, oltre ai buyer ospitati dalla Camera di Commercio di Pistoia, ente organizzatore di Immagine Italia & Co., provenienti da Belgio, Cipro, Francia, Germania, Grecia, Libano, Lituania, Marocco, Portogallo, Repubblica Ceca, Russia, Spagna, Ucraina ci sono state presenze da Gran Bretagna, Olanda, Croazia, Svizzera, Bielorussia, Israele e Brasile. Soddisfatti gli espositori di Immagine Italia & Co. che sottolineano il ritorno di negozianti e rappresentanti. I corridoi di Fortezza da Basso sono stati affollati fin dalle prime ore di sabato, giorno di apertura dei due eventi fieristici. È risultato vincente, quindi, il sodalizio tra i due saloni, che si sono presentati in modo distinto tra loro ma in sintonia: un unico ingresso e un unico catalogo.



NEWS DAL 4 ALL'8 FEBBRAIO



LA NATURA ISPIRA LA COLLEZIONE FILIFOLLI FW 2019

08/02. Per la collezione FW 2019, il marchio Filifolli si è ispirato alla natura che cambia: dai colori del foliage, ai toni caldi dell'autunno, dalle luci fredde della stagione invernale alle atmosfere scintillanti delle feste. La palette colori quindi spazia dal verde alle molteplici sfumature dell'azzurro, dal prugna al pervinca, dal nero al grigio. Nella collezione Filifolli FW 2019 inoltre è presente la fantasia animalier, nella versione pitonata, nonché l'oro e l'argento. L'offerta Filifolli per l'inverno 2019 include calzini, collant, leggings, calze unisex e anche una linea pensata per il Natale. Le lavorazioni sono molteplici e propongono velature, pizzo, righe e fantasie audaci. La prima collezione del brand ha debuttato con l'autunno/inverno 2018. La linea per l'inverno 2019 è stata presentata sia al Salon International de la Lingerie sia a Immagine Italia 2019. Filifolli è un marchio dell'azienda italiana Alber attiva nel settore della calzetteria dal 1962.



ROSA FAIA
BEAUTYFULL

INTIMORETAIL WEEKLY

I TOP RETAILER PRESENTI IN ITALIA INVESTONO IN INNOVAZIONE DIGITALE IL 21% DEL FATTURATO

07/02. Nel 2018, i 300 top retailer per fatturato presenti in Italia hanno destinato all'innovazione digitale una spesa complessiva pari al 21% del loro fatturato, contro il 20% del 2017. A livello di macro-processi, nel 2018 cresce in modo importante l'interesse dei retailer italiani nello sviluppo di innovazione digitale a supporto della customer experience nel punto vendita fisico. Tuttavia, le innovazioni di back-end anche lo scorso anno sono state mediamente più adottate o implementate rispetto a quelle front-end: chioschi, totem e touch point, sistemi di sales force automation o di online selling in punto vendita e sistemi di self check-out nel 41% dei casi circa sono state sperimentate su un numero limitato di punti vendita. Queste sono alcune delle evidenze che emergono dalla quinta edizione dell'Osservatorio Innovazione Digitale nel Retail, presentato il 6 febbraio, e promosso dalla School of Management del Politecnico di Milano. Per la ricerca sono stati analizzati i primi 300 retailer per fatturato presenti in Italia e, grazie a una collaborazione con Confesercenti, altrettante imprese al dettaglio di piccole e medie dimensioni. Nell'abbigliamento il focus è sullo store: soprattutto nel lusso la boutique rimane il punto privilegiato per un'esperienza multisensoriale di scoperta del prodotto. Nel settore si introduce innovazione digitale per l'accettazione di pagamenti innovativi (44%) e sistemi di cassa evoluti e mobile POS (39%), e per personalizzare il percorso di acquisto, grazie a sistemi di sales force automation o di online selling in punto vendita (39%). Per il futuro l'85% dei retailer, invece, vuole potenziare l'investimento in innovazioni digitali in negozio, con un coinvolgimento del visitatore costante rispetto agli anni precedenti.

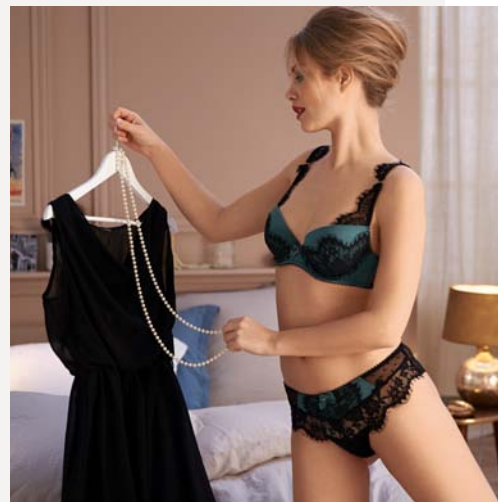
LA COLLEZIONE LISCA FW 2019 IN ESPOSIZIONE A OFFICINA 14 NEI GIORNI DI WHITE SHOW

07/02. In occasione di White Show, la manifestazione in scena a Milano dal 22 al 25 febbraio in via Tortona, location che oggi è considerata un vero e proprio Fashion District, sarà possibile visionare anche le collezioni Lisca FW 2019. Nei giorni della manifestazione, infatti, Studio 50, la società che in Italia distribuisce il brand, allestirà uno spazio espositivo all'interno dello show room Officina 14, situato in via Tortona, 14. Qui sarà disponibile la collezione Lisca per l'autunno/inverno 2019 contraddistinta da nuovi colori di tendenza, come il blu, e dall'ampliamento del range di coppe negli spacer che sono ora disponibili fino alla coppa H.



L'INVERNO 2019 È GLAMOUR E SENSUALE CON BRIGITTE BARDOT

06/02. Per l'inverno 2019, la lingerie Brigitte Bardot si sviluppa in tre linee ognuna delle quali offre un mood differente. Il primo è ispirato ai tratti iconici dell'attrice francese. Questa linea reinterpreta in chiave moderna gli elementi stilistici tipici degli anni 60: la stampa vichy è colorata e il ricamo inglese viene presentato



come un pizzo. La linea offre anche alcuni capi must have della stagione come il mini bustier e il reggiseno/foulard. Nella collezione, inoltre, è presente una linea più sensuale con pizzi delicati e dettagli luminosi. Infine, la collezione offre una serie glamour, dove il contrasto nero/giada cambia i tradizionali codici della sensualità. Lo spirito couture prende forma grazie al pizzo e a una stampa floreale vintage molto sensuale.

CASSA INTEGRAZIONE PER 90 DIPENDENTI CSP INTERNATIONAL DI CERESARA (MN)

05/02. Dal 4 febbraio per 90 dipendenti di Csp International Fashion Group dello stabilimento di Ceresara (Mn), sede della divisione calzetteria dell'azienda, è scattata la cassa integrazione ordinaria (Cigo) che prosegue per 13 settimane. Nel periodo considerato, i 90 dipendenti hanno una riduzione massima di orario settimanale pari a tre giornate lavorative. Lo ha comunicato lo scorso 23 gennaio la società. Nella stessa giornata, Csp International Fashion Group ha incontrato i rappresentanti delle OO.SS. territoriali di Carpi e ha raggiunto un'intesa su un'ipotesi di accordo per l'attivazione di un contratto di solidarietà per il personale in forza nella sede di Carpi che dovrebbe attivarsi dal 4 marzo con una riduzione media pari al 25% dell'orario di lavoro per dieci mesi. Nel comunicato, la società precisa che "l'ipotesi di accordo rientra nei programmi di razionalizzazione e contenimento dei costi di struttura dichiarati dal Gruppo, con l'intento di minimizzare i possibili impatti occupazionali e sociali scaturenti dalla sensibile contrazione dei mercati dell'intimo e dalla conseguente scelta di razionalizzare lo sviluppo delle linee di prodotto relative alle collezioni di intimo e mare. L'intesa raggiunta in data odierna consentirà alla società, da un lato di salvaguardare lo specifico know how dei dipendenti e, dall'altro, di approcciare in maniera flessibile le mutate esigenze del comparto interessato dalla manovra".

INTIMORETAIL WEEKLY

IL NIGHTWEAR FW 2019 DI RALPH LAUREN VALORIZZA PATCHWORK E VELVET

05/02. La collezione Ralph Lauren FW 2019 si ispira alla linea 50th Anniversary della maison di cui riprende i principali elementi iconici: fiori vintage, patchwork stravaganti e paisley elaborati che nei capi di pigiama e homewear sono reinterpretati in stile vintage. Negli stessi articoli le stampe floreali provengono dagli archivi Ralph Lauren del XIX secolo. Il patchwork è la nuova tendenza in sintonia con lo stile del brand: semplice e classico, con un logo ricamato in oro. La collezione offre anche articoli con elementi stilistici presi dai modelli menswear. Qui la palette colori include diverse tonalità: dal blu marino a quello francese, con sfumature di rosa. Infine, nella collezione Ralph Lauren è presente una linea con elementi che riprendono la riviera francese: qui prevale la fantasia nautica con colori puliti e luminosi. Fiori, righe e paisley si affiancano al tema navy. In Italia le collezioni nightwear del brand sono distribuite da [Les Bas](#).



WOLFORD RINNOVA IL CONCEPT DEI SUOI FLAGSHIP STORE

04/02. Con l'apertura di un flagship store ad Amsterdam, Wolford inaugura un nuovo format per le sue boutique monomarca. Per lo sviluppo del progetto di design, l'azienda ha lavorato con lo Studio Modijefsky, completamente al femminile e composto da giovani professioniste. Ispirate dal patrimonio industriale e dall'artigianalità del marchio, le designer hanno creato un interno che è elegante ma allo stesso tempo "grezzo". Con mobili scultorei, pareti nude e materiali inaspettati. Le scaffalature fatte su misura con cassetti integrati sono progettate in modo da dare risalto ai nuovi pack. Le strutture e le lampade a forma di rocchetto sono ispirate alla sede produttiva di Wolford. File infinite di lampade a led con una copertura di metallo a forma di L contraddistinguono il soffitto. Rocchetti di vetro soffiato replicano il design e la forma dei fili delle bobine presenti in azienda e fungono da riferimento iconografico per l'abilità, l'innovazione e l'artigianato che fanno parte del patrimonio di Wolford.

È stato inserito anche un "human touch" nel design del flagship store: le finestre mostrano "rossori", cambiando colore, proprio come la pelle umana. La tradizionale presentazione con le gambe è stata sostituita da light-box, schermi e foto.



SFOGLIA
○ SCARICA
IL NUMERO
DI FEBBRAIO

SFOGLIA ○ SCARICA
LO SPECIALE CORSETTERIA

LA COLLEZIONE ELLA SS 2019 SFILA A SANREMO



04/02. Il marchio swimwear e beachwear Ella sfilava a Sanremo. Nel pomeriggio di sabato 9 febbraio, dalle 16.00 alle 18.00, infatti, è in programma un defilé sulla scalinata principale del Casinò Municipale della città. L'appuntamento anticipa l'ultima serata del Festival di Sanremo, in programma al Teatro Ariston alle 20.30. Tra le linee della collezione Ella SS 2019, la stilista e ideatrice del brand, Fiorella Magarò, ha selezionato i capi delle linee Rose, Cruise e Gold Camouflage. La partecipazione a eventi pubblici di notevole rilevanza non è una novità per il marchio: lo scorso settembre, infatti, i capi della collezione hanno sfilato al Nikki Beach di Montecarlo.

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

