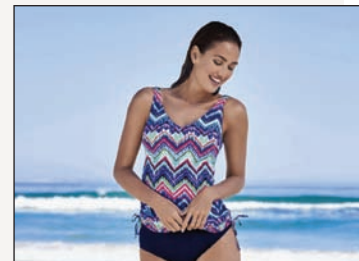


LINGERIE & BEACHWEAR NEWS

INTIMORETAIL

WEEKLY



LA NEWSLETTER PER GLI OPERATORI DI SETTORE - NUMERO 30 - ANNO V - 11 SETTEMBRE 2017

NEWS DAL 4 ALL'8 SETTEMBRE

**PARTECIPA ANCHE TU
AL SONDAGGIO DI**

INTIMO RETAIL

LINGERIE & BEACHWEAR NEWS

**"INTIMO: 10 DOMANDE
PER I RIVENDITORI"**

CLICCA QUI



**IL TUO PARERE
SUL MERCATO
È IMPORTANTE**

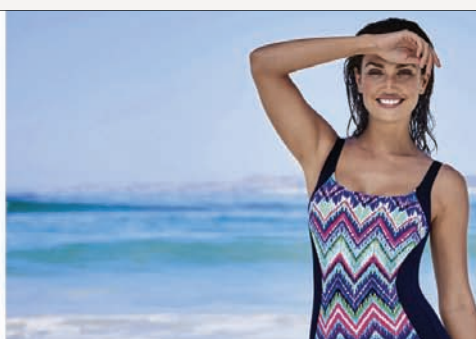
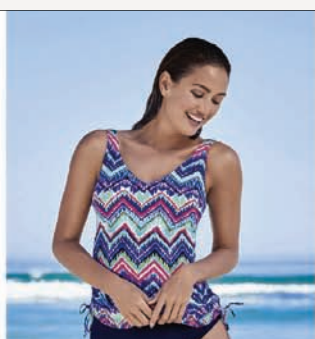
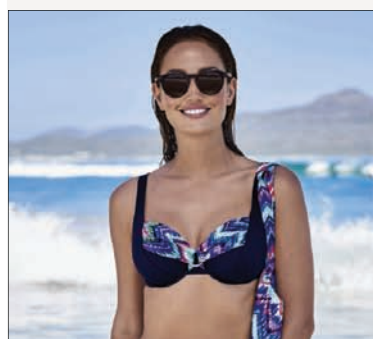


**ZENZERÒ PRESENTA LA SUA PRIMA CAPSULE
DI INTIMO MASCHILE.** A pag 2



**WOLFORD: NEL PRIMO TRIMESTRE 2017/18 FATTURATO
A 29 MLN DI EURO (+4,9%)**

08/09. Wolford ha chiuso il primo trimestre dell'esercizio 2017/2018 con un fatturato di 29,09 milioni di euro in crescita del 4,9%. Nel periodo considerato, per la società austriaca gli utili al netto delle tasse si sono attestati a -6,91 milioni di euro contro i -8,03 milioni di euro dell'anno scorso. Il retail di proprietà ha registrato un aumento di fatturato del 6%, mentre il dettaglio multimarca riporta un +2,2%. Risulta ancora più importante l'incremento registrato dalle vendite online: +279%. I dati sono stati resi noti dall'azienda l'8 settembre con una nota stampa. Per l'esercizio finanziario in corso, che si concluderà a fine aprile, Wolford attende un lieve aumento del fatturato e un risultato operativo negativo a seguito delle misure di ristrutturazione previste. Per un risultato positivo per gli utili operativi bisognerà aspettare l'esercizio fiscale 2018/2019.



Anita
SINCE 1886
COMFORT

INTIMORETAIL WEEKLY

ZENZERÒ PRESENTA LA SUA PRIMA CAPSULE DI INTIMO MASCHILE



08/09. Il marchio di calzetteria Zenzèrò, ideato dall'azienda lombarda CT, amplia la sua offerta con una capsule di intimo maschile. La linea, che include slip, boxer, t-shirt e lupetto, sarà nei punti vendita dal mese di novembre. Gli articoli sono in Lenzing Modal, una fibra ottenuta dalla cellulosa del legno di faggio, 100% naturale e biodegradabile, particolarmente morbida e confortevole, in grado di assorbire l'umidità. Tutti i capi vantano uno stile elegante ed essenziale e sono corredati di etichetta che certifica l'originalità del filato.

PARAH: MODELLI SENSUALI E MATERIALI RAFFINATI NELLA COLLEZIONE SS 2018



08/09. La collezione Parah P/E 2018 offre creazioni realizzate attraverso lavorazioni sartoriali e materiali raffinati. Nella serie continuativa Odette un leggero pizzo chantilly è accostato al tulle e alla seta. Questa linea propone un'ampia offerta di reggiseni: dal balconcino high-tech, all'imbottito con ferretto removibile, fino al push-up, all'imbottito spacer, alla fascia, proposta anche imbottita, oltre al balconcino light, da coordinare a slip, perizoma, culotte e brasiliana. Tulle, seta e guipure prendono forma nella serie Romantic Macramè dove si distingue il reggiseno balconcino e push-up petalo, con coppe ritagliate e rifila-

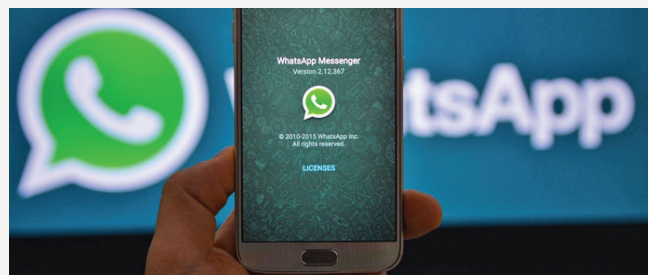
te a mano, per creare una forma specifica floreale, inserito anche nel nuovo body, disponibile in coppa B e C. Un gioco di trasparenze caratterizza, invece, la linea Diane con body impreziositi da ricami che evocano rosoni o dettagli stringati che decorano gli scollati. Il raso di seta stampato è il materiale principale della serie Elenoire dal gusto brioso grazie al dipinto di felci e fiori sui toni del rosa, azzurro, verde, nero e naturale. Risulta distintivo il reggiseno a balconcino butterfly, che, partendo da un carioaca, aggiunge il leggero tulle sulla coppa, ricoprendola totalmente e profilandola con dettaglio turchese. Anima selvaggia, decisa e determinata per la serie Dalida dove una stampa animalier di raso di seta è abbinata a una balza di pizzo total black, per creazioni che invitano ad osare.



PER RICEVERE GRATUITAMENTE LA RIVISTA
INTIMO RETAIL E LA NEWSLETTER SETTIMANALE

[CLICCA QUI](#)

WHATSAPP PRONTA A LANCIARE UNA VERSIONE BUSINESS PER LE ATTIVITÀ COMMERCIALI



07/09. WhatsApp potrebbe presentare a breve la sua versione Business per agevolare la comunicazione tra le piccole attività commerciali, le aziende di maggiori dimensioni e la loro clientela. È quanto emerge dal blog ufficiale dell'azienda californiana che il 5 settembre ha comunicato di essere pronta nei prossimi mesi a testare nuove funzioni. La società, infatti, sta implementando l'applicazione WhatsApp Business, gratuita e per piccole attività, e sta studiando anche una soluzione Enterprise per aziende di maggiori dimensioni che operano su larga scala come compagnie aeree, banche e siti e-commerce. Nel mondo del business le esigenze degli utenti della nota App di messaggistica sono molteplici: le società vogliono avere una presenza ufficiale, un profilo verificato, in modo che un utente possa facilmente distinguere il loro account da quello di un singolo individuo. Inoltre necessitano di un modo più semplice di rispondere ai messaggi che ricevono.

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

**PER IL 2018 LA MODA MADE IN ITALY
PUNTA AGLI 86 MLD DI EURO (+3%)**



07/09. Per la moda italiana, il 2018 potrebbe chiudersi con un fatturato di 86 miliardi di euro, in crescita rispetto agli 84 miliardi previsti per l'anno in corso. Lo ha dichiarato Carlo Capasa, presidente della Camera nazionale della moda italiana, il 6 settembre in occasione della presentazione della Settimana della Moda di Milano che inizierà il prossimo 20 settembre. I dati raccolti e analizzati dalla Camera di commercio di Milano rivelano inoltre che nel 2016, la moda italiana ha sviluppato un fatturato export di 48,6 miliardi di euro. In particolare, lo scorso anno le esportazioni di camicie, T-shirt e biancheria intima hanno sviluppato un fatturato di 3,2 miliardi di euro (+6,1%), la maglieria, con oltre 3 miliardi, è cresciuta del 3,3%, le calzature con 9 miliardi segnano un +2,4%.

In crescita anche tappeti e moquette (+7,6%) con 166 milioni. Milano, Firenze e Vicenza sono le principali città esportatrici della moda italiana. In particolare, il capoluogo lombardo sviluppa un ottavo dell'export nazionale del comparto moda, in crescita del 10%. Segue Firenze con il 10,2% delle esportazioni italiane e Vicenza con l'8,9%. Questi dati emergono dallo studio "La moda italiana nel mondo-Italian fashion in the world" realizzato dalla Camera di commercio di Milano in collaborazione con Promos, la sua azienda speciale per le attività internazionali.

Oltre a Milano, leader in Italia, tra i primi 20 posti ci sono anche altre città lombarde: Como 7°, Bergamo 13°, Mantova 15°, Varese 16°. Tra le province, oltre a Milano, si distinguono Mantova prima per maglieria, Como seconda per tessuti, Brescia e Bergamo terza e quarta per filati. Tra le prime 20 posizioni in crescita, invece, si sono anche Piacenza (+8,8%), Bergamo (+4,7%) e Venezia (+4,6%).



SFOGLIA O SCARICA
IL NUMERO DI SETTEMBRE

THEONEMILANO: IL NUOVO SALONE DELL'HAUT À PORTER VA IN SCENA DAL 22 AL 25 SETTEMBRE

06/09. TheOneMilano, il salone dedicato all'haut à porter va in scena dal 22 al 25 settembre 2017 a Milano, nei padiglioni 3 e 4 di Fieramilanocity. In TheOneMilano convergono know how ed esperienza di Mipap, salone del prêt-à-porter organizzato da Fiera Milano e di Mifur, salone internazionale della pellicceria e della pelle, organizzato dall'ente fieristico Mifur.

L'evento offre un format che in una sola location unisce informazione e business, permettendo a buyer e aziende di incontrarsi e dare il via a relazioni commerciali solide e su misura. I buyer potranno visionare e acquistare le collezioni SS 2018 di vari comparti del fashion: classy lady, ricerca, casual e di ogni tipologia di prodotto: capispalla, total look, maglieria, beachwear e accessori firmate dalle migliori aziende internazionali e dai brand emergenti. Federazione Moda Italia ha stipulato un accordo con TheOneMilano: gli associati possono richiedere alla Federazione (info@federazionemodaitalia.it) un Codice riservato che consente loro sia di preregistrarsi sul sito www.theonemilano.com, <http://theonebuyers.com/BuyerNewRequest.it.php> e ricevere direttamente via mail i dati per stampare i biglietti di ingresso sia di stampare la Vip Card che consente di avere accesso alla Buyers Lounge per tutta la durata della manifestazione.



EXPORT: IL BUSINESS CON LA RUSSIA CRESCE DEL 60% PER LA CALZETTERIA FEMMINILE



06/09. Da gennaio a maggio 2017, l'export italiano di calzetteria femminile e intimo-mare verso la Russia ha registrato, rispettivamente, un incremento del 60% e del 40,8%. Nel periodo considerato, le vendite di legwear Made in Italy verso questo mercato hanno sviluppato un fatturato di 2,6 milioni di euro. Per l'intimo e il beachwear, invece,

il giro d'affari supera i 27 milioni di euro.

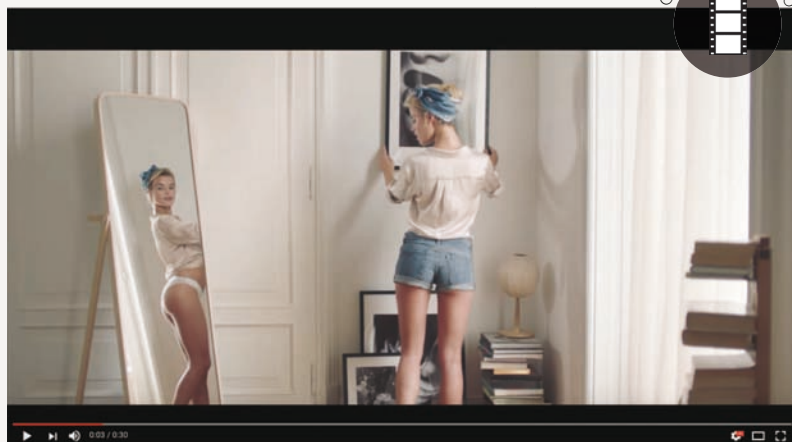
Il dato, diffuso da Sistema Moda Italia (Smi), si inserisce in un contesto altrettanto positivo per le esportazioni di tessile-moda italiano verso la Russia che, nel periodo considerato, hanno raggiunto i 395,5 milioni di euro (+ 17%). La Russia risulta così il quinto mercato del tessile-moda nazionale in area extra-UE, quarto se si considera il solo abbigliamento, davanti al Giappone.

STELLA MCCARTNEY SIGLA UN ACCORDO DI LICENZA CON LA LOMBARDA ISA



05/09. Stella McCartney ha siglato un accordo di licenza con la società lombarda Isa. In base alla partnership quest'ultima produrrà e distribuirà per la stilista americana una nuova linea di lingerie e beachwear in vendita da luglio 2018. Isa si impegna a produrre le collezioni nel rispetto dei principi di sostenibilità che contraddistinguono il marchio McCartney. La prima linea di lingerie a marchio McCartney è stata lanciata nel 2008, nel 2016 è invece stata la volta della collezione beachwear. Isa è una società nata nel 1959 specializzata nella produzione di underwear, beachwear e activewear di alta gamma e vanta accordi di licenza con brand come Ermenegildo Zegna, Dsquared, Jimmy Choo oltre ad avere due marchi di proprietà: Zero Rh e Mila Zb.

COTONELLA: ON AIR LO SPOT TV "SCOPRI IL TUO LATO C"



GUARDA IL FILMATO

04/09. Per tutta la stagione autunnale, sulle reti Rai e Mediaset è on air il nuovo spot Tv di Cotonella. Il filmato pubblicitario riprende il claim "Scopri il tuo lato C" proposto anche nella campagna stampa, pianificata nei mesi estivi sulle riviste di moda, costume e attualità di Mondadori e Universo Pubblicità. Con questo slogan, Cotonella si rivolge all'universo femminile e invita le donne a scoprire il proprio lato sexy in qualsiasi momento della giornata. Lo spot è prodotto dalla Blow Up Film con la direzione creativa dell'Agenzia Armando Testa. La nuova campagna Cotonella riporta all'attenzione del pubblico femminile un brand di tradizione italiana che ha fondato il proprio nome sull'affinità con le donne pensando prodotti dal contenuto classico adatti alla vita di tutti i giorni.

VIBES PRESENTA LA LINEA KIMONO

04/09. Dal mese di ottobre, sarà nei punti vendita la linea Kimono Vibes che propone il tradizionale capo giapponese da indossare come un accappatoio particolarmente elegante, adatto anche per un pool party con gli amici, oppure in spiaggia o in occasione di un aperitivo glamour. Realizzato con un materiale morbido, che vanta un'elevata capacità di assorbire l'acqua, il Kimono Vibes pesa 300 grammi ed è proposto in fantasie colorate e in linea con i trend fashion.



Infine è proposto in una pochette utilizzabile anche come borsa. La linea Kimono Vibes è disegnata da Caterina Pancotto ed è prodotta e distribuita da Galassi Group.

EMMEBIVI

THE WOMAN COLLECTION

Back to Natural

SUMMER 2018

emmebivi.com