



LINGERIE & BEACHWEAR NEWS

INTIMORETAIL

WEEKLY



LA NEWSLETTER PER GLI OPERATORI DI SETTORE - NUMERO 39 - ANNO VII - 11 NOVEMBRE 2019

MAREDIMODA: ALLA 18° EDIZIONE OLTRE 3.100 BUYER (+3%)

08/11. Sono più di 3.100 i buyer che hanno partecipato alla 18° edizione di MarediModa, il salone internazionale dei tessuti e degli accessori per mare, intimo e athleisure, in scena a Cannes dal 5 al 7 novembre. Il dato è in crescita del 3% rispetto al 2018. Gli operatori, provenienti da Italia, Francia, Spagna, Inghilterra, Germania e Stati Uniti hanno incontrato 110 aziende europee che al Palais des Festivals hanno presentato in anteprima le collezioni di tessuti e accessori per l'estate 2021. «È stata senza dubbio una delle migliori edizioni

degli ultimi anni sia in termini di numeri che di qualità dell'atmosfera e di consenso dei nostri visitatori», commenta Claudio Taiana, presidente del salone. «Oggi il nostro salone è senza dubbio il riferimento assoluto



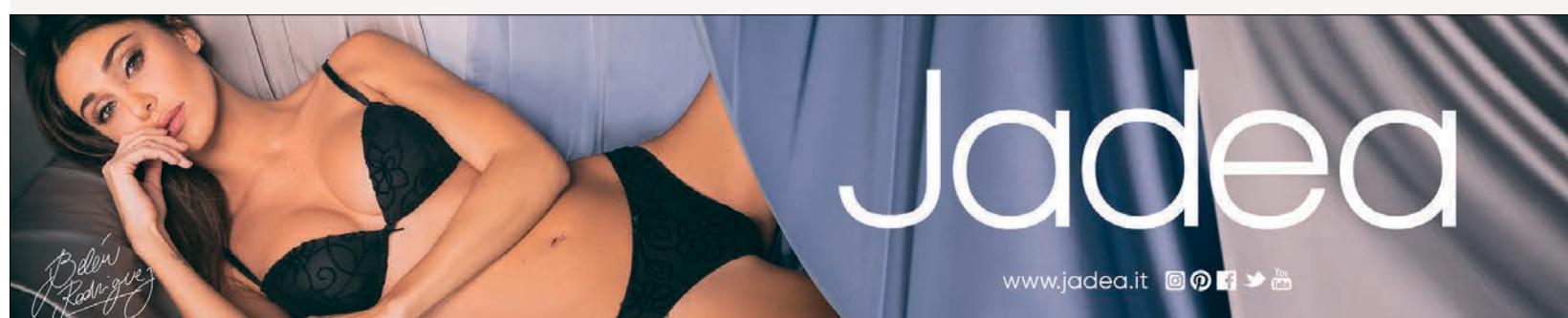
nei comparti dei tessuti e degli accessori per mare, intimo e sport grazie anche a un crescente interesse da parte dei grandi marchi mondiali verso il tessuto europeo di origine controllata con una accelerazione sui temi della sostenibilità, oggi sempre più importanti e sviluppati dalle nostre aziende». Nel corso della manifestazione sono stati premiati i vincitori del concorso The Link 2019, il contest dedicato ai fashion designer delle oltre cento scuole europee più note. Per la categoria Beachwear si è imposta Aleksandra Szczegot, per la categoria Intimo la prima classificata è stata Anna Elizabete Kasparsone e per la categoria Athleisure ha vinto Katia Innerhofer.

NEWS DAL 4 ALL'8 NOVEMBRE



PHILIPPE MATIGNON FIRMA UNA CAPSULE DI CAPI GIOIELLO

08/11. Philippe Matignon firma una selezione di collant e autoreggenti pensati per le occasioni speciali: party glamour o serate in cui una donna vuole stupire con la sua femminilità e sensualità. Ogni articolo rivela un dettaglio prezioso, un gioco che illumina o disegna le gambe con brillantini, pizzi e lurex. Nella selezione di Philippe Matignon collant e autoreggenti si presentano come veri e propri capi gioiello disegnati con maestria e creati con un'attenta cura dei dettagli e la ricerca della perfezione.



INTIMORETAIL

WEEKLY



SFOGLIA O SCARICA
IL NUMERO
DI OTTOBRE

TRIUMPH AVVIA IL RESTYLING DEI MONOMARCA E LANCIA UNA STRATEGIA OMNICHANNEL

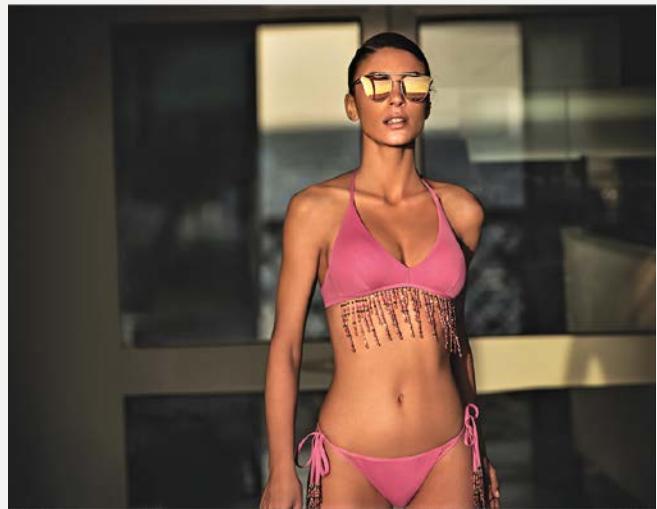
07/11. Triumph ha avviato un processo di restyling della sua rete di punti vendita monomarca, che, nel corso del 2020, proseguirà insieme allo sviluppo di alcune iniziative focalizzate su omnicanalità e digitalizzazione. Il rinnovamento dei punti vendita è partito dallo store del centro commerciale Campania di Marcianise (Ce) e da quattro punti vendita in Portogallo, situati precisamente nei centri commerciali di Vasco de Gama, Norte Shopping, Fórum Algarve e Fórum Coimbra. Il restyling ha ridisegnato gli spazi, rendendoli più ampi, ariosi e accoglienti. Le vetrine sono state valorizzate per creare un dialogo tra lo spazio interno e quello esterno allo store. Il logo trasparente sospeso sull'ingresso dona continuità e armonia agli ambienti rafforzando l'immagine elegante e raffinata di Triumph.

Per completare il rinnovamento della sua rete retail, Triumph per il 2020 ha in

programma la ristrutturazione di altri sette monomarca in Portogallo e due in Italia. I re-fit degli store Triumph sono andati di pari passo con l'introduzione di alcune iniziative focalizzate su omnicanalità e digitalizzazione. Esemplificativo in questo senso è il lancio del programma fidelity "My Triumph" che permette

a chi acquista nei negozi monomarca, outlet e franchising di accumulare punti e redimere premi secondo tre diversi livelli. Inoltre, i negozi sono stati dotati di tablet attraverso i quali il personale di vendita può supportare le clienti nell'ordinare online eventuali articoli non disponibili in store. Un ulteriore passo in questa direzione sarà l'inclusione dei punti vendita in franchising nel processo: da gennaio 2020, infatti, nel caso in cui una cliente non trovi presso un punto vendita in franchising un capo, potrà essere supportata per acquistarlo online come già accade in un punto vendita diretto. In questo caso il franchisee riceverà una commissione che verrà percepita per i successivi 24 mesi anche tutte le volte in cui la stessa consumatrice effettua acquisti sullo shop online del brand.

VERDISSIMA: SENSUALITÀ E AUDACIA PER IL BEACHWEAR SUNSET 2020



07/11. Per l'estate 2020, la collezione Sunset di Verdissima risulta sensuale e di forte impatto. Piume, paillettes, cascate di perline, bagliori metallici, tessuti esclusivi sono gli ingredienti principali della linea luxury del marchio di intimo e beachwear. Nella collezione Sunset, la variante unica in Lycra opaca nera sfoggia fluttuanti e sinuose piume, con cangianti sfumature tra il bordeaux e il verde bottiglia, applicate sulle parti alte a ornare il décolleté. Merita un'attenzione particolare anche la serie con ricamo cornely realizzato con l'aggiunta di micro paillettes opache che rendono le parti alte dei gioielli da indossare, suggerite in blu, elegante e raffinato o in verde acido, vibrante e di tendenza. Audace e moderna, nella collezione Sunset SS 2020, la stampa animalier è reinterpretata in una versione spalmata extra lucida per un look graffiante e di sicuro impatto. La serie è impreziosita da maxi anelle gold ed è realizzata in morbida Lycra crema con stampa oro, fuxia con stampa oro rosa, nera con stampa tono su tono. Il lusso è enfatizzato nei due bikini, triangolo con brasiliana e fascia con slip annodato, realizzati in jacquard nero con disegno geometrico gold impreziosito dall'esclusivo accessorio gioiello multicolor: una libellula realizzata con paillettes micro/maxi, perline e cabochon. Completano la collezione la maxi canotta e il mini abito realizzati in morbida rete stretch nei colori fuxia, nero e crema.

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

LEDA DI MARTI TRA GLI SPONSOR DELL'EVENTO NEWYORKESE IC-CUNY

07/11. Il marchio [Leda Di Marti](#) è tra gli sponsor della seconda edizione dell'evento organizzato dalla City University di New York IC-CUNY (Italian Cinema-City University di New York), in collaborazione con l'[Accademia del Cinema Italiano Premi David di Donatello](#). In particolare, Leda Di Marti, stilista ideatrice del brand omonimo, il 31 ottobre ha partecipato alla serata inaugurale che precede le tre masterclass della manifestazione IC-CUNY. Altri appuntamenti sono in programma a breve: il 13 e il 14 novembre e il 5 dicembre. La designer ha preso a cuore quest'iniziativa internazionale perché coinvolge come sponsor solo aziende italiane che hanno i loro punti fermi in valori come la convivialità, la tradizione nazionale e la manodopera di alta qualità. All'evento dello scorso 31 ottobre, hanno partecipato ospiti illustri come Monica Brannetti responsabile PR di Bulgari di Roma, Isabel Genuardi moglie del console italiano a New York Francesco Genuardi, Piera Detassis presidente e direttore artistico dell'Accademia del Cinema Italiano David di Donatello Awards, i tre costumisti Donna Zakowska, Carlo Poggioli, Ann Roth. L'evento è stato coordinato da Massimo Mascolo, dell' Accademia del cinema italiano, responsabile premio David di Donatello in Italia; Claudio Villa, critico cinematografico e membro della giuria dell'accademia del cinema italiano premi David di Donatello e l'organizzatrice Eugenia Paulicelli, docente di Italiano, Letterature Compartate e Women's Studies al Queen College e al Graduate Center, City University of New York, direttrice del programma di Fashion Studies presso il Master of Arts in Liberal Studies e columnist de La Voce di New York.



RED VELVET LINGERIE HA SPONSORIZZATO LA SECONDA "CROCIERA DELLE DIVE"

06/11. Dopo i feedback positivi della scorsa edizione, anche quest'anno Red Velvet Lingerie ha partecipato in veste di sponsor ufficiale a "La Crociera delle Dive", organizzata dall'atelier di abiti vintage Une Nouvelle Vie. La crociera, a bordo della nave Msc Musica, ha solcato il Mar Mediterraneo dal 12 al 18 ottobre. Red Velvet Lingerie ha organizzato workshop a tema che hanno coinvolto ospiti nazionali e internazionali. Francesca Bortoluzzi, brafitter e Ceo di Red Velvet Lingerie, ha commentato: «Durante gli incontri abbiamo portato la nostra competenza e passione in tema di lingerie proponendo un viaggio nella storia della moda. Abbiamo poi parlato di stile, dato dei consigli mirati per ogni tipo di fisicità su abbigliamento e intimo giusto, fino ad arrivare a lezioni di bon-ton e portamento per aiutare tutte le donne ad apprezzarsi di più». A bordo della nave si è svolta anche la sfilata per l'elezione di Lady Eleganza 2019 e di Miss Red Velvet Lingerie che ha visto la partecipazione di 18 dive. Al termine, Emilia Merenda è stata incoronata Lady Eleganza 2019 e Fiammetta Paonessa ha invece vinto il titolo di Miss Red Velvet Lingerie.



LA BOUTIQUE BENNY DI FERRARA SOSTIENE LA PREVENZIONE DEL TUMORE AL SENO CON L'EVENTO "LA FORZA È DONNA"

05/11. Lo scorso 30 ottobre, a chiusura del mese dedicato alla prevenzione del tumore al seno, il negozio Benny dal 1988 di Ferrara ha organizzato l'evento di beneficenza "La forza è donna". L'ideatrice dell'iniziativa è Elisabetta Gallani, responsabile del punto vendita, secondo la quale «i negozi fanno parte del tessuto di una città e devono attivarsi anche nel sociale, soprattutto per un tema così importante come la prevenzione che riguarda tutte le donne». Insieme alla dottoressa Marcella Marchi, presidente dell'associazione nazionale donne operate al seno (Andos), Elisabetta ha presentato il progetto in Comune durante una conferenza stampa dedicata agli eventi previsti in occasione dell'ottobre rosa ferrarese. Una volta ottenuto il patrocinio del Comune di Ferrara, la responsabile del punto vendita Benny dal 1988 ha coinvolto altri importanti negozi della città. Così il 30 ottobre, in una sala affrescata di Palazzo Roverella, si è tenuta una sfilata che ha visto la presentazione di capi autunno/inverno di Benny dal 1988, occhiali di Ottica La Lente e gioielli di Margarita Gioielli, con le acconciature di Andrea&Fiore Parrucchieri. «Abbiamo avuto anche importanti collaborazioni», ha aggiunto Elisabetta Gallani. «La Bottega Fiorita ci ha donato un allestimento floreale rosa in tema con la serata, Pin-Up Stars ci ha mandato due modelle e per l'estrazione di fine serata I. C. O. N. ha fornito 10 cofanetti a forma di cuore contenenti prodotti per capelli». Tra gli sponsor dell'evento anche Corazza Costruzioni Edili, Pasquali Srl e Giemme Immobiliare. Alla serata hanno inoltre partecipato due medici oncologi dell'ospedale di Ferrara, l'estetista oncologica Silvia Poiata che ha curato il make up delle ragazze e in particolare quello di due giovani donne operate al seno e il responsabile I. C. O. N Italia Raf Mendez che promuove per il mondo un progetto riferito alle donne che rinascono dopo aver affrontato un tumore. L'evento è stato patrocinato, oltre che dal Comune, anche da Ascom Ferrara, dall'azienda ospedaliera della città, dall'Università degli studi di Ferrara e dall'azienda USL locale. A chiusura dell'evento, il presidente Federmoda regionale Marco Cremonini ha sottolineato l'importanza da parte della moda di agire in prima persona nel sociale e contribuire a raccogliere fondi per cause importanti. Il ricavato della vendita dei 100 biglietti di ingresso disponibili è stato interamente devoluto all'Andos. Vista la grande affluenza e l'impossibilità di accogliere tutti coloro che ne hanno fatto richiesta, il prossimo anno l'evento si svolgerà in una location più capiente.





COTONELLA

L'INTIMO NATURALE



NUMERO VERDE **800 83 60 73**