

LINGERIE &amp; BEACHWEAR NEWS

# INTIMORETAIL

## WEEKLY



LA NEWSLETTER PER GLI OPERATORI DI SETTORE - NUMERO 22 - ANNO V - 12 GIUGNO 2017

## NEWS DAL 5 AL 9 GIUGNO

**BEACHWEAR AWARD**

SE HAI UN PUNTO VENDITA  
E VUOI PREMIARE I MARCHI  
CHE REPUTI MIGLIORI

**VOTA ANCHE TU****PER VEDERE LE FOTO**

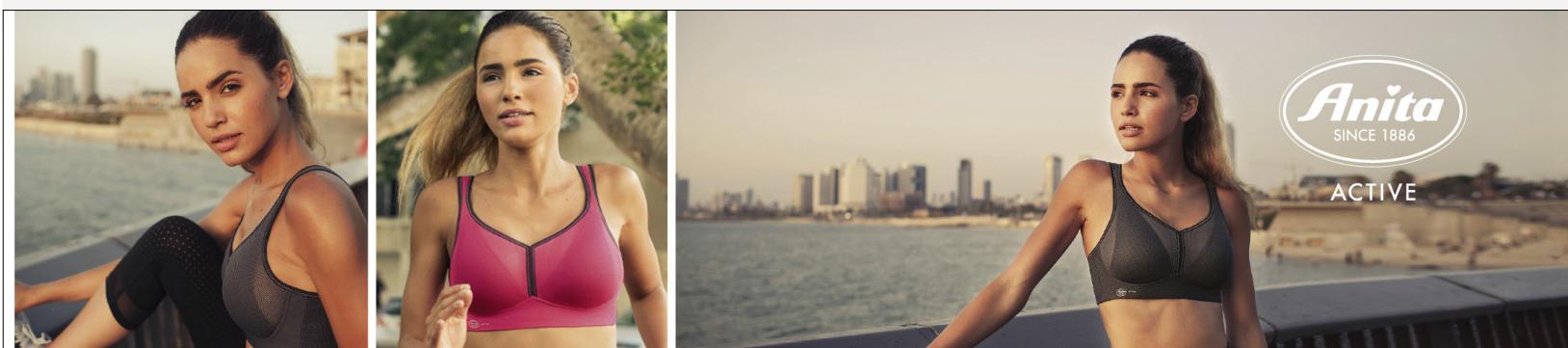
DEI PRODOTTI CANDIDATI

[CLICCA QUI](#)**PER VOTARE**[CLICCA QUI](#)**LUNA CAMBIA IN LUNA SPLENDIDA E PUNTA SULL'ELEGANZA.** A pag.3

## MODE CITY: L'EDIZIONE 2017 PUNTA I RIFLETTORI SULLA COLOMBIA



**09/06.** A Mode City, la manifestazione in scena a Parigi dall'8 al 10 luglio, il paese Special guest sarà la Colombia. Sono 24 le aziende provenienti da questo mercato che presenteranno ai buyer di boutique indipendenti e grandi magazzini le loro collezioni di lingerie e beachwear SS 2018. In America Latina, la Colombia è il maggior esportatore di maglieria, reggiseni e jeans. Inoltre, sulla base delle elaborazioni di TradeMap nel 2016 il Paese si è collocato al terzo posto nella classifica dei maggiori esportatori mondiali di articoli come i corsetti, per un giro d'affari di 45,1 milioni di dollari. La partecipazione delle aziende colombiane a Mode City rientra nel piano messo a punto dall'organizzazione governativa ProColombia che si occupa della promozione dell'export di alcuni settori non tradizionali del Paese latino americano.



# INTIMORETAIL

## WEEKLY

### ONEMILLIONGEM: DEBUTTO DELLA COLLEZIONE SS 2017



**09/06.** Il marchio beachwear One-milliongem nasce nel 2016 da un'idea della giovane stilista Federica Pianta. Durante un viaggio tra l'isola caraibica di Aruba, Miami e la Colombia, la designer, ispirata dall'appeal che il swimwear ha in questi ultimi due luoghi, decide di andare alla ricerca di tessuti stampati per creare una piccola collezione in limited edition. Il nome del marchio Onemilliongem richiama il desiderio di viaggiare e di scoprire

luoghi nascosti e affascinanti: i costumi del brand, infatti, vogliono essere delle piccole gemme preziose, apprezzate da una donna che ama distinguersi scegliendo un prodotto di ricerca. I costumi sono tutti prodotti in Italia, le stampe sono interamente disegnate dal team di One-milliongem che ama creare pattern con un'impronta stilistica di impatto. La collezione SS 2017 propone stampe con uccelli tropicali, palmette e fiori rigogliosi dalle ampie corolle. La palette offre tonalità forti come il corallo, il giallo e il viola. Il marchio Onemilliongem sarà presente anche a Mare d'Amare, la kermesse in scena a Firenze dal 22 al 24 luglio.

### VERDISSIMA: LA COLLEZIONE MARE 2017 AL CENTRO DI UN PROGETTO SU INSTAGRAM



**08/06.** A sostegno del sell out della collezione mare 2017, il marchio Verdissima ha avviato su Instagram un progetto con alcune influencer e fashion blogger. A ognuna di loro, il brand ha chiesto di interpretare al meglio il Verdissima Style, creando contenuti per i social coinvolgendo le loro follower. Tramite l'utilizzo dei social network, Verdissima si propone di attuare una strategia di capturing e di fidelizzazione della clientela finale attraverso la continua condivisione di contenuti realizzati ad hoc che permettono ai follower di entrare a far parte di una vera e propria community attraverso gli hashtag #VerdissimaSS2017 #FeelVerdissima #Verdissima #LoveVerdissima.

La decisione del brand di aprire un profilo Instagram nasce per implementare la sua strategia digital per rivolgersi a un pubblico femminile trasversale e stare al passo con i tempi: si allargano così gli orizzonti di un brand che ha iniziato il suo percorso nel mondo 2.0 con l'apertura della pagina Facebook.



SFOGLIA ○ SCARICA  
IL NUMERO DI GIUGNO

### LOVABLE: ON AIR LO SPOT TV DEDICATO AL REGGISENO SENSUAL TOUCH EXCLUSIVE



**08/06.** È on air dal 4 giugno per due settimane lo spot Tv dedicato al nuovo reggiseno Sensual Touch Exclusive di Lovable. Il filmato di 20", realizzato dall'agenzia Tadaaa per Hanes Italy, proprietaria del marchio di intimo e beachwear, racconta il reggiseno attraverso il claim "Disegnato su di te". Complessivamente, sono stati pianificati 1000 passaggi in due settimane su alcune delle reti più seguite della Tv in chiaro e sulle più importanti piattaforme della televisione digitale come Premium PLAY, La5, Mediaset Extra e canali Sky. La campagna prevede anche un investimento online: fino al 25 giugno lo spot infatti sarà veicolato sui canali social ufficiali di Lovable, Facebook e Instagram.

# INTIMORETAIL

## WEEKLY

### LIDL: ANCHE IN ITALIA LA COLLEZIONE FIRMATA HEIDI KLUM SARÀ NEGLI STORE DA FINE ANNO



**07/06.** Grazie a una collezione firmata dalla modella e stilista Heidi Klum, Lidl, l'insegna tedesca di discount, fa il suo ingresso nel mondo del fashion. A partire da fine anno, la linea sarà venduta in tutti i 10mila store del gruppo, inclusi i 600 presenti in Italia. L'offerta verrà concentrata durante le cosiddette "Lidl Fashion Week": settimane tematiche che si ripeteranno più volte l'anno, appuntamenti dedicati alla moda, durante i quali Lidl presenterà in esclusiva le sue collezioni. «Ritengo il progetto ben riuscito, non solo per la passione che ci ho messo, ma anche per l'apporto di Lidl, che si è posta l'obiettivo di offrire prodotti di ottima qualità ad un prezzo davvero accessibile», ha dichiarato Heidi Klum durante l'annuncio della collaborazione.

### TESSILE-MODA: PER IL PRIMO SEMESTRE 2017 PREVISTA CRESCITA DEL 2,3%



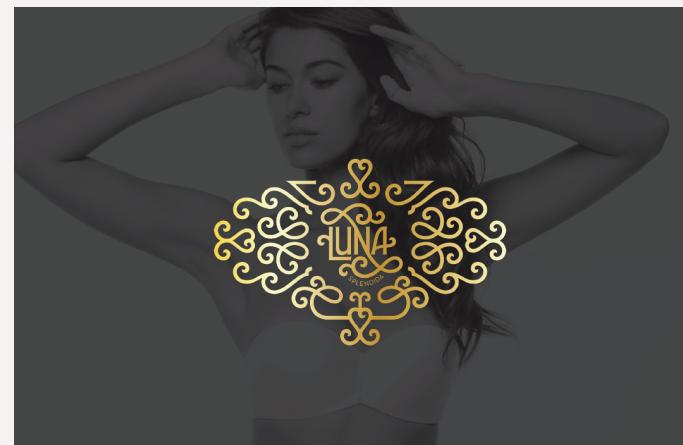
**06/06.** L'industria italiana del Tessile-Moda archivia il 2016 con un fatturato di 52,8 miliardi di euro (+0,9%), grazie principalmente all'andamento del comparto Abbigliamento-Moda che registra un +1,4%, mentre il tessile si mantiene stabile. Se si considera il primo semestre del 2017, le previsioni indicano una crescita di fatturato che al massimo si attesterà al +2,3%, grazie al +2,5% del Tessile e al +2,1% dell'Abbigliamento-Moda. Per l'anno in corso, invece, il settore Tessile-Moda dovrebbe registrare un giro d'affari totale pari a 53,8 miliardi di euro, in crescita del +1,8% rispetto al 2016: un progresso doppio rispetto a quello del 2016. Anche il saldo commerciale è previsto in crescita a quota 9,1 miliardi (+1,6% rispetto al 2016). I dati sono stati resi noti nel corso dell'assemblea dei soci di Sistema Moda Italia, in scena il 6 giugno. Dal 2013 ad oggi, il Sistema Tessile Abbigliamento Moda è cresciuto del 4,2%, contro una crescita del PIL nazionale dell'1,8%, e una crescita dell'industria meccanica tradizionale del 3,2%.



PER RICEVERE GRATUITAMENTE LA RIVISTA INTIMO RETAIL E LA NEWSLETTER SETTIMANALE

[CLICCA QUI](#)

### LUNA CAMBIA IN LUNA SPLENDIDA E PUNTA SULL'ELEGANZA



**05/06.** Il brand di intimo e beachwear Luna festeggia i suoi 21 anni di presenza sul mercato cambiando il proprio nome in Luna Splendida e modificando la sua immagine. Con l'operazione di rebranding, infatti, il marchio assume un'identità più elegante, mantenendo però le caratteristiche di vestibilità che da sempre contraddistinguono i capi. Questa trasformazione si esprime anche nei materiali pubblicitari del marchio che abbandona così lo stile minimale del passato. Per Luna Splendida è stato ideato un nuovo logo, caratterizzato da motivi barocchi. Per le linee underwear il nuovo logo è proposto nelle tonalità oro e bianco, mentre per le collezioni mare il colore principale è il blu. Questa diversificazione torna anche nei packaging per le due tipologie di prodotto e negli altri materiali per il punto vendita.

## 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](http://www.intimoretail.it)  
[redazione@intimoretail.it](mailto:redazione@intimoretail.it)

Direttore commerciale  
Marco Arosio -  
[arosio@intimoretail.it](mailto:arosio@intimoretail.it)

