



LINGERIE & BEACHWEAR NEWS

INTIMORETAIL

WEEKLY

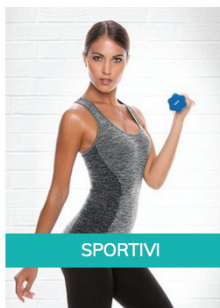
**acquista
ONLINE**
sul b2b.lunaitalia.it

LA NEWSLETTER PER GLI OPERATORI DI SETTORE - NUMERO 39 - ANNO V - 13 NOVEMBRE 2017

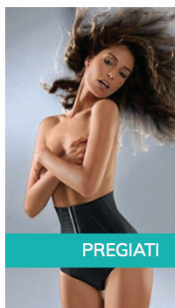
CONTROLBODY RINNOVA IL SITO WEB



QUOTIDIANI



SPORTIVI



PREGIATI

10/11. Restyling per il sito internet di Controlbody (www.controlbody.it), il brand di intimo model-lante seamless che fa capo alla società lombarda Norman Group. Grazie a una grafica più pulita ed essenziale e a una organizzazione precisa della presentazione delle linee prodotto del brand, il sito internet risulta ora di più facile consultazione. Nella homepage, infatti, sono proposte le varie categorie merceologiche offerte da Controlbody: body, canotte, guaine, leggings, reggiseni, slip, sottovesti, accessori. Sempre nella homepage, Controlbody indica i prodotti più venduti: tra i capi best seller si distinguono in modo particolare i body spalla stretta, spalla larga e open up affiancati dalla guaine con spalline e dalla canotta. Infine, le collezioni sono proposte in base alla loro funzione d'uso: post parto, quotidiani, sportivi, pregiati e top seller. Ognuna di queste macro categoria è a sua volta suddivisa in diversi comparti. Dal sito www.controlbody.it è possibile anche accedere allo shop online del marchio. Per i prossimi mesi, Norman Group ha in programma il restyling dei siti web dei brand di sua proprietà tra cui vi è anche Intimidea.

NEWS DAL 6 AL 10 NOVEMBRE

ATLANTIQUE: LA COLLEZIONE SS 2018 STRIZZA L'OCCHIO AL TARGET YOUNG



10/11. Per la P/E 2018, la collezione Atlantique è stata arricchita da una proposta di stampe e fantasie più fresche, dedicate a un target di clientela giovane che però necessita di capi che per tagli e stile valorizzano anche una silhouette curvy. L'offerta spazia dalla stampa geometrica spezzata da una riga con colori in contrasto, a quella dallo stile giapponese, dalla fantasia etnica a quella cachemire, per citarne solo alcune. Oltre ai costumi interi e ai bikini, la collezione Atlantique include anche alcuni capi esternabili realizzati in jersey fluido di viscosa, oppure in crepe di poliammide. Per l'estate 2018, la collezione Atlantique offre anche alcune serie in tinta unita che possono essere abbinate agli articoli con fantasia.



**AUTUNNO-INVERNO
2017**

INTIMORETAIL WEEKLY

THE LINK: MATTIA RAINÒ VINCE L'EDIZIONE 2017 DEL CONCORSO



09/11. È Mattia Rainò il vincitore dell'edizione 2017 di the Link, il concorso organizzato da MarediModa. Mattia Rainò, 24 anni, designer

dell'Istituto Secoli, è stato l'unico italiano in finale al concorso per la categoria intimo. Il giovane designer salentino ha presentato la collezione P/E 2018 di intimo donna dal titolo Bellezza Altra: un progetto che mette in discussione il concetto classico di bellezza, dove l'imperfezione diviene elemento distintivo e simbolo di una bellezza non stereotipata. La creazione di Rainò è stata selezionata l'8 novembre, dai voti di una giuria composta da esperti di settore e da una giuria popolare secondo i criteri di fruibilità del progetto, innovazione e applicazione reale, contenuti di ricerca e valorizzazione del tessuto stampato. Oltre a vincere il primo premio dal valore di 1000 euro, Rainò è stato selezionato per uno stage formativo in Parah. A luglio potrà far sfilare nuove creazioni a Firenze in occasione della fiera Maredamare a Fortezza da Basso.

SEAFOLLY AUSTRALIA: ONLINE LA CAMPAGNA "FIND YOUR PLACE IN THE SUN"



09/11. "Find your place in the sun" è il titolo della nuova campagna di Seafolly Australia. Protagonista degli scatti e del video è la modella danese Emma Stern, affiancata dalla modella australiana Victoria Lee selezionata per il Victoria's Secret Show come rappresentante dell'Australia. La campagna di Seafolly Australia è stata scattata a Cooloolo Coast dal fotografo di moda Simon Upton che è al suo quarto servizio per il brand. Sul canale YouTube di Seafolly Australia, inoltre, è online il video della sfilata che si è svolta durante la Miami Swim Week lo scorso luglio. Nel corso dello show, il brand ha portato in passerella i capi della collezione 2 Seafolly Australia SS 2018 ([per guardare il video clicca qui](#)). Il video per la terza linea Seafolly Australia SS 2018 sarà online a partire da gennaio.

SLOGGI SI RILANCIA CON S BY SLOGGI E ZERO FEEL

08/11. S by Sloggi e Zero Feel sono i nomi delle due novità firmate Sloggi con cui il brand di casa Triumph intende rilanciarsi. Entrambe le collezioni saranno sostenute da importanti attività di comunicazione online e sulla stampa periodica: a marzo prende il via la campagna per Zero Feel e ad aprile quella per S by Sloggi.



S by Sloggi è una linea bodywear femminile e maschile che si colloca nella fascia premium del mercato. I capi sono realizzati con materiali semplici ma eleganti e raffinati che garantiscono elevati livelli di comfort. Con S by Sloggi il marchio mira soddisfare le consumatrici più esigenti, puntando sulla semplicità. Il brand vuole così sfatare il mito che la comodità e la funzionalità non possano combinarsi a un look elegante e contemporaneo. La campagna a sostegno del sell out sarà on air da aprile 2018. A marzo, invece, prende il via l'investimento per il lancio di Zero Feel, il reggiseno che aderisce alla silhouette come una seconda pelle grazie al tessuto a 40 gauge, che offre morbidezza e al materiale stretch che assicura libertà di movimento. Anche se sottile ed estendibile in tutte le direzioni, il tessuto mantiene stabilmente la sua forma, non arriccica e può essere lavato in lavatrice. Zero Feel, inoltre, è seamless: risulta quindi invisibile anche sotto gli abiti più aderenti. La serie è composta da due parti alte, un top e una bralette, abbinabili ad altrettanti parti basse hipster e tanga.

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

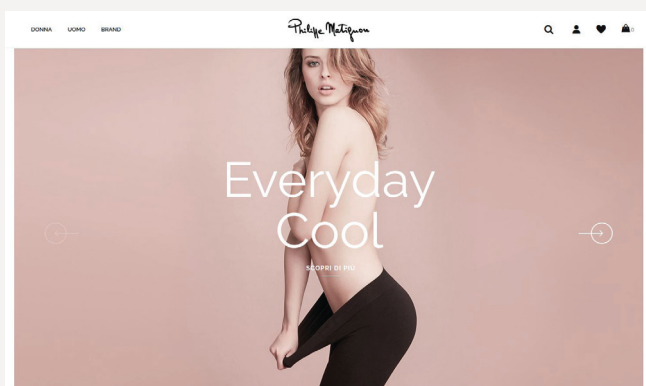


INTIMORETAIL WEEKLY



SFOGLIA O SCARICA
IL NUMERO DI NOVEMBRE/DICEMBRE

PHILIPPE MATIGNON: È ONLINE IL NUOVO SITO WEB CON E-COMMERCE



08/11. È online il nuovo sito web del marchio di calzetteria Philippe Matignon www.philippematignon.it. All'interno dello spazio web è presente anche il nuovo canale e-commerce del brand. Il sito internet offre contenuti editoriali dedicati alle collezioni moda e alle novità Philippe Matignon, come la capsule collection Séduction. Nel suo nuovo portale, il brand propone anche una linea completa di abbigliamento. Per il pubblico maschile, il marchio Philippe Matignon Man suggerisce sia una linea di calze più classica realizzata con filati pregiati sia una serie fashion. Inoltre, nella stagione A/I 2017 Philippe Matignon Man ha lanciato la sua nuova nightwear capsule collection.

LYCRA SPORT PCE DEBUTTA A PERFORMANCE DAYS

07/11. Anche quest'anno Lycra partecipa a Performance Days, la fiera europea dedicata alle innovazioni di prodotto per il tessile a elevate prestazioni per lo sportswear, l'athleisure e l'abbigliamento tecnico & professionale. Alla kermesse, in scena a Monaco dall'8 al 9 novembre, il brand presenta la piattaforma Lycra Sport Pce, un programma di certificazione dei tessuti che consente di realizzare più facilmente capi di abbigliamento studiati per ogni specifica attività sportiva e progettati per ottimizzare la prestazione atletica. Lycra Sport Pce si basa su tre indicatori che misurano la performance del tessuto, in una scala da 1-10, in relazione a valori quali: potenza, comfort ed energia. I tessuti corredati della certificazione Lycra Sport Pce sono leggeri e traspiranti, offrono elevata forza di compressione e supporto muscolare senza costringere. Inoltre, i capi realizzati con questi tessuti vantano ottime proprietà di gestione dell'umidità corporea e un'elasticità confortevole che permette di seguire tutti i movimenti del corpo. A Performance Days, Lycra Sport Pce è protagonista di due workshop organizzati in collaborazione con altrettanti partner: Liebaert, azienda tessile belga che presenterà la collezione di tessuti ad alte prestazioni certificata Lycra Sport, NanoStitch Comfort Technology, e Fulgar, società italiana, produttore europeo di poliammide 6.6. e filati mademan ricoperti nonché distributore in esclusiva della fibra Lycra per l'Europa.



SANS COMPLEXE PRESENTA LA LINEA BOHEME

06/11. La collezione Sans Complexe si arricchisce della linea Bohème in microfibra associata a un pizzo elastico ricamato. La struttura del reggiseno a tre parti, lo scollo in passamaneria di pizzo, e particolarmente profondo, valorizzano il décolleté. La linea prevede anche uno slip e uno shorty dal taglio asimmetrico. Il reggiseno è disponibile fino in taglia settima, coppa F. Ispirata allo stile kimono, la serie Bohème è dedicata alle donne che, senza rinunciare al comfort, amano l'eleganza e prediligono i capi dal tocco glamour. Sans Complexe, inoltre, completa la serie Arum, best seller del gruppo Wolf a cui fa capo il brand, con una nuisette in pizzo e microfibra nero. Le taglie proposte spaziano dalla 42 alla 54.





www.franzonicalze.it