

**CALIDA**

BORN IN SWITZERLAND

LINGERIE &amp; BEACHWEAR NEWS

# INTIMORETAIL

## WEEKLY

**CALIDA**

BORN IN SWITZERLAND

LA NEWSLETTER PER GLI OPERATORI DI SETTORE - NUMERO 6 - ANNO VII - 18 FEBBRAIO 2019

### ROSSOPORPORA LANCIA UNA PROMOZIONE AL CONSUMO CON CHILI PER L'A/I 2019

**15/02.** Nella collezione Rossoporpora FW 2019 la lingerie è sempre più esternabile. Lo slip con l'elastico ben in vista, i leggings, le canotte da portare sotto le giacche, il reggiseno indossabile come sottogiacca, i pigiami proposti come capi homewear: la produzione del brand di proprietà della società pugliese Erman è pensata in chiave moda. Oltre a questa proposta, la collezione Rossoporpora include la linea "Donna Class", con una lingerie

più elegante, fatta di pizzi, trasparenze, materiali glitterati; la serie "Donna RSP", con capi più confortevoli e quotidiani, ideati per una donna più giovane. Nella collezione FW 19-20 sono inoltre presenti le linee Girl per le ragazze dai 10 ai 14 anni e Bimba, che propone soprattutto maglie e leggings, articoli che ritornano nella serie "Donna Dress". Infine, per l'inverno 2019 nella collezione è presente anche la linea "Donna Fitness", con completi e

top per la palestra e non solo. A sostegno del sell out, il brand ha realizzato una campagna social che coinvolgerà influencer e modelle internazionali. Inoltre, è prevista un'operazione promozionale con Chili, uno principali player europei dell'intrattenimento digitale con oltre 2 milioni di clienti e un catalogo con migliaia di titoli tra film e serie tv, dvd e blu-ray, buoni cinema e merchandising. Acquistando un capo Rossoporpora si avrà la possibilità di avere l'esclusiva Gift Card del valore di 10 euro per noleggiare film sulla piattaforma [www.chili.com](http://www.chili.com) o tramite l'app Chili all'interno di una selezione speciale di titoli.



### NEWS DALL'11 AL 15 FEBBRAIO



**PER L'A/I 2019, SIMONE PÉRÈLE CREA TRE NUOVE LINEE E RINNOVA I BEST SELLER A PAG.2**

### OMERO: FOCUS SULLA COLLEZIONE FW 2019

**15/02.** La collezione Omero FW 2019-20 unisce legwear ed easywear. I temi chiave della collezione sono quattro: Simple Shift, Retro Knits, Luxe Minimalism, Big easy. La tendenza Simple Shift offre modelli evergreen con silhouette a forma di A. Maglioni e cardigan si abbinano con abiti e collant in un gioco di sovrapposizioni. Tessuti in viscosa, similpelle e simil-camoscio sono scelti per pantaloni e treggings. Il tema Retro Knits vede il ritorno della maglieria classica che offre un modo facile di creare dei look sofisticati e un po' nerd. In questo tema i collant sono coprenti con fantasia a rombi oppure reti con fantasie floreali e animalier. Quindi i temi Luxe Minimalism e Big Easy. Il primo suggerisce modelli semplici in materiali morbidi, collant con fantasie eleganti senza tempo come i pois, la riga posteriore oppure a color block. Big Easy, come si evince dal nome, punta su forme over-size e tessuti morbidi. Calze, collant e parigine sono in filati naturali come cotone bottonato, angora e viscosa.



SLEEP AS  
YOU ARE.

**CALIDA**

# INTIMORETAIL WEEKLY

## NEL 2017 LA MODA IN ITALIA HA SUPERATO I 70 MLD DI EURO (+28,4% RISPETTO AL 2013)

**14/02.** Nel 2017, il settore della moda in Italia ha sviluppato un fatturato aggregato di 70,4 miliardi di euro, in crescita del 28,9% rispetto al 2013, grazie soprattutto alle performance del 2015 (+9,9%) e del 2014 (+7%). Risulta invece più contenuto il ritmo di crescita nell'ultimo anno (+4,5%). L'incremento medio annuo è del 6,6%. Nel 2017, il settore ha rappresentato l'1,3% del Pil nazionale, contro l'1,1% del 2013. Questi sono alcuni dei dati che emergono dal 1° Fashion Annual Talk elaborato dall'area studi di Mediobanca che analizza le dinamiche di un aggregato dei dati di bilancio di 163 società con sede in Italia, appartenenti alla filiera della moda e con un fatturato di almeno 100 milioni di euro nel 2017. Di queste aziende, 146 sono manifatturiere e 17 operano nella distribuzione al dettaglio. Sulla base dell'assetto proprietario, 15 sono quotate, 97 sono proprietà italiana, 66 straniera di cui 26 francesi. Tra i comparti del settore moda, l'abbigliamento totalizza il 40,5% dei ricavi, seguito dalla pelletteria (20,9%) e dall'occhialeria (16,2%). Delle 163 aziende analizzate dallo studio di Mediobanca, 15 hanno un fatturato superiore a 900 milioni di euro. Il confronto tra le Top15 e le restanti 148 aziende italiane evidenzia che le prime sfruttano il proprio vantaggio competitivo sulle altre società, distinguendosi per redditività (Ebit margin all'11,6% contro il 6,8% delle altre aziende) e liquidità (l'incidenza della liquidità sull'indebitamento finanziario è del 139,8% per le Top15 contro il 52,2% delle altre). Le 148 società "follower" rispondono con una maggiore crescita media annua dei ricavi nel 2013-2017 (+9,5% contro il +3,5% delle Top15).

## PER L'A/I 2019, SIMONE PÉRÈLE CREA TRE NUOVE LINEE E RINNOVA I BEST SELLER

**14/02.** Per l'A/I 2019, Simone Pérèle propone forme moderne e materiali audaci. La collezione per la prossima stagione invernale si sviluppa in tre linee principali a cui la maison affianca le serie best seller, rinnovate nei colori e arricchite di nuove modellistiche. Prodigieuse è la linea caratterizzata da reggisini con costruzione innovativa. Il design ruota intorno a giochi di materiali che combi-

nano le fasce elastiche di ispirazione sportiva, le finiture preziose e i ricami in punto Parigi. La linea Lumineuse è invece disponibile fino alla coppa G. I capi sono contraddistinti da una decorazione che unisce il ricamo extra piatto, le finiture in raso e la maglina fine. Infine, la linea Surprenante gioca con l'opacità della maglina e la trasparenza del tulle per creare delle forme grafiche d'impatto. Simone Pérèle ha inoltre ampliato l'offerta di due gamme iconiche: Wish ed Eden.

La prima per l'A/I 2019 è proposta anche in blu petrolio, e include anche un reggiseno con ferretto e scollatura profonda. Eden, e il suo pizzo ispirato alla natura, per l'A/I 2019 ritorna con un colore safari. Due le novità di questa linea: il body e il reggiseno per allattamento. Con il suo sistema di ferretti amovibili e senza cuciture sulla pelle, il reggiseno per allattamento risulta morbido ed elegante. Per l'autunno/inverno 2019, Simone Pérèle, infine, propone nei colori di tendenza della stagione i suoi modelli best seller.



INTIMORETAIL  
L'INCIDENT & L'ESSENTIAL NEWS

SFOGLIA O SCARICA  
IL NUMERO  
DI FEBBRAIO

SFOGLIA O SCARICA  
LO SPECIALE CORSETTERIA



INTIMO  
RETAIL

Speciale Corsetteria IW 2019/20

REDAZIA

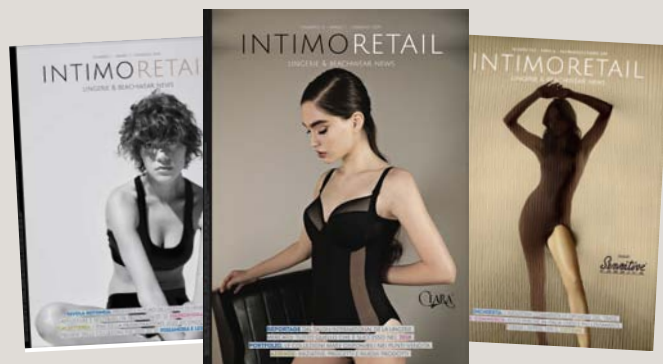
## SALDI INVERNALI: LA SPESA MEDIA PROCAPITE SI ATTESTA A 118 EURO

**13/02.** Nei primi 30 giorni dei saldi invernali, il 48% degli italiani ha fatto acquisti ma mediamente ha speso 118 euro a persona, una cifra inferiore del 3,3% alle attese dei commercianti. Il 35% dei consumatori inoltre ha concentrato gli acquisti durante le prime due settimane di vendite a prezzi scontati. I prodotti più venduti sono gli articoli di maglieria (33%), seguiti da calzature (22%), pantaloni o gonne (19%), camiceria (6%) e intimo (3%), mentre il restante 8% ha acquistato accessori o altri prodotti. Questi sono alcuni dati che emergono da un'indagine condotta da SWG per Confesercenti su consumatori e imprese. Lo studio rivela anche che per alcune categorie merceologiche si è verificata una divaricazione tra gli acquisti progettati dai consumatori prima dei saldi e la spesa reale. Ad esempio, l'acquisto di calzature, che in una precedente indagine di SWG era segnalato dal 31% dei consumatori, dopo un mese risulta essere al 22% (- 9%). Il budget sembra essere stato deviato verso i prodotti di maglieria (+9% rispetto alle previsioni iniziali) e, in misura minore, pantaloni o gonne (+4%) e capispalla (+1%). Per quel che riguarda i punti vendita, il 34% degli imprenditori intervistati segnala vendite in calo rispetto allo scorso anno, contro un 10% che registra un andamento migliore sul 2018. Un rallentamento destinato a pesare sui conti delle imprese del commercio, visto che i saldi invernali costituiscono il 14% circa del fatturato annuale complessivo. Tra gli imprenditori inizia a rilevarsi il desiderio di una revisione della disciplina della durata dei saldi: tre su dieci vorrebbero vedere almeno dimezzato il periodo attuale di 60 giorni.





# INTIMORETAIL WEEKLY



PER RICEVERE GRATUITAMENTE  
LA NEWSLETTER INTIMO RETAIL WEEKLY

CLICCA QUI

## IN ITALIA IL 65% DEI NUOVI VENDITORI DI EBAY PROVIENE DA CITTÀ MEDIO/PICCOLE

**13/02.** Nel 2018, il 65% delle aziende che in Italia ha scelto eBay per aprirsi all'e-commerce proveniva da città di dimensioni medio-piccole. Il dato emerge da un'analisi svolta dalla piattaforma e-commerce. L'indagine evidenzia che il primato per numero di iscritti provenienti da centri medio-piccoli spetta alla Campania (25%) seguita da Lombardia (11%) e Sicilia (8%). L'analisi di eBay, quindi, mostra quanto l'e-commerce «sia sempre di più visto da chi vive nei piccoli centri come un modo semplice e immediato per aprirsi al mondo, superando le barriere geografiche che spesso ostacolano chi vive lontano dalle grandi città», si legge in una nota diffusa da eBay. Gli imprenditori che nel 2018 hanno aperto un negozio su eBay hanno pubblicato in un anno quasi 8 milioni di inserzioni, raggiungendo oltre 179 milioni di acquirenti attivi nel mondo che acquistano attraverso la piattaforma.



Le grandi città», si legge in una nota diffusa da eBay. Gli imprenditori che nel 2018 hanno aperto un negozio su eBay hanno pubblicato in un anno quasi 8 milioni di inserzioni, raggiungendo oltre 179 milioni di acquirenti attivi nel mondo che acquistano attraverso la piattaforma.

## CHANTELLE X ELISE HAMEAU, LA CAPSULE DEDICATA ALLA SPOSA

**13/02.** Dalla collaborazione tra Chantelle Lingerie e la stilista francese Elise Hameau, specializzata nella creazione di collezioni sposa, è nata una capsule collection di lingerie dedicata al giorno del sì. La capsule Chantelle x Elise Hameau include un reggiseno a triangolo, un bustier senza spalline, una culotte a vita bassa e una a vita alta. In tutti i capi la trasparenza del tulle plumetis è impreziosita da sottili ricami floreali.



## GIUSEPPE PALMISANO FIRMA LA CAMPAGNA DELL'EDIZIONE ESTIVA DI EXPOSED

**12/02.** È Giuseppe Palmisano a scattare la campagna estiva 2019 di Exposed, lo spazio espositivo che dal 2017 è presente nei due eventi di Eurovet dedicati alla lingerie e al beachwear: il Salon international de la Lingerie e Unique by Mode City. Curato da Matthieu Pinet, fondatore della boutique online The Shape of the Season, Exposed propone una selezione di prodotti audaci e d'avanguardia tra i brand più noti nel mercato.



## JULIPET LANCIA SU SPOTIFY LA PLAYLIST "MUSIC FOR PJS#1"

**12/02.** Si chiama Music for Pjs #1, la prima playlist ispirata dal mondo del pigiama, ideata da Julipet e disponibile su Spotify. La compilation, primo tassello di una serie di proposte musicali di nicchia, offre 20 brani ambient e lounge per un'esperienza



lifestyle. Le tracce sono state selezionate da Stefano Ricca, appassionato di musica elettronica che dal '90 si occupa di ricercare e raccogliere brani di questo genere e che vanta una collezione di oltre 3.000 cd. La playlist rientra nel progetto di Julipet di esplorare forme espressive sempre diverse: dalla fotografia al design sempre nel

nome dell'arte. Immagine emblema della cover della "compilation per vivere in pigiama" è uno scatto della nuova campagna SS 2019 firmata dal fotografo Giulio Favotto autore anche della campagna FW 2018. Inno al gusto e alla raffinatezza, la proposta primavera/estate di Julipet gioca sulle apparenti contrapposizioni che confluiscono però in un comune sentire: la ricerca del piacere, tutto personale e profondamente intimo, di sentirsi bene.

# 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





Per la collezione AI19 Anita propone un nuovo colore per un modello che è best-seller dal 2002 e una serie tutta nuova all'insegna della raffinatezza.

L'amatissima serie **Safina**, un ever-green per Anita, si veste ora del delicato mellow rose, una moderna tonalità di nude che sa valorizzare l'incarnato rimanendo discreta anche sotto gli abiti chiari (colore disponibile da giugno 2019).

L'eleganza dei motivi floreali: preziosi ricami in tulle, che evocano raffinati petali di fiore, per una serie tutta nuova. **Lucia** prevede un reggiseno senza ferretto e uno slip alto+, oltre ad un modellatore. In tutti i modelli, il materiale pregiato e la tecnica di taglio assicurano un sostegno perfetto (serie disponibile da agosto 2019).