

LINGERIE & BEACHWEAR NEWS

# INTIMORETAIL

## WEEKLY



LA NEWSLETTER PER GLI OPERATORI DI SETTORE - NUMERO 41 - ANNO VI - 19 NOVEMBRE 2018

### MILANO MUSIC WEEK OSPITA IL WORKSHOP "MUSICA E SHOPPING EXPERIENCE"

**16/11.** "Musica e shopping experience" è il titolo del workshop che si svolge a Milano il 19 novembre alle 11.00 nelle sale del Palazzo dei Giureconsulti. Organizzato da Federazione Moda Italia, insieme a Scf, la società che gestisce in Italia la raccolta e la distribuzione dei compensi dovuti ad artisti e produttori discografici per la riproduzione in pubblico del loro repertorio e a M-Cube, azienda specializzata nella fornitura di palinsesti musicali, l'evento si inserisce nel calendario della seconda edizione di Milano Music Week, in scena dal 19 al 25 novembre nel capoluogo lombardo. Durante il workshop, Fabrizio Berveglieri, esperto di Visual Merchandising e titolare di VETRINE&vetrine e un rappresentante di M-Cube, partendo dalla consapevolezza che la musica è un importante elemento di marketing sensoriale, illustreranno come utilizzarla e proporla in modo adeguato all'interno dei punti vendita del fashion.



NEWS DAL 12 AL 16 NOVEMBRE



### EDITORIALE FARLASTRADA



SOLARE<sup>B2B</sup>  
EFFICIENZA E RISPARMIO ENERGETICO



PET  
B2B

INTIMORETAIL  
LINGERIE & BEACHWEAR NEWS

**NUOVO LOGO PER EDITORIALE FARLASTRADA A PAG. 3**

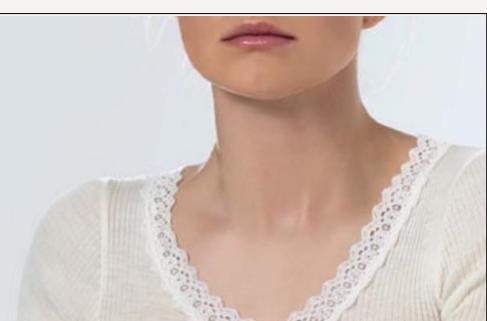
### VICTORIA'S SECRET SENZA CEO: JAN SINGER RASSEGNA LE DIMISSIONI

**16/11.** Si acuiscono le difficoltà per Victoria's Secret: Jan Singer, Ceo del marchio di L Brands, ha infatti rassegnato le dimissioni. La manager è entrata in azienda nel 2016, dopo aver lavorato due anni in Spanx e più di un decennio in Nike nel ruolo di dirigente. Al momento, non è ancora noto il nominativo del sostituto di Singer. Secondo alcune indiscrezioni, il management di L Brands potrebbe fornire maggiori informazioni il 19 novembre durante l'assemblea degli azionisti, convocata per approvare il bilancio trimestrale, periodo che per Victoria's Secret si è chiuso con vendite a quota 1,5 miliardi di dollari. Il nuovo amministratore delegato avrà il compito di risollevarre il business del brand degli Angeli che, [nel 2018](#), ha attraversato diversi momenti di difficoltà.



**WOOLSILK**  
Merino Extra Fine & Pure Silk

**EMMEBIVI**  
THE WOMAN COLLECTION



# INTIMORETAIL

## WEEKLY

### TRIUMPH LANCIA IL CONTEST VETRINE AMOURETTE

**15/11.** Con l'inverno 2018, Triumph propone il Contest Vetrine Amourette. Il concorso, che l'azienda ha realizzato anche negli scorsi anni, per questa stagione ha come protagonista la linea best seller del brand. Semplice la dinamica dell'iniziativa aperta a tutti i punti vendita partner di Triumph. Il concorso ha preso il via lo scorso 7 novembre e le vetrine devono essere allestite entro il 21 dicembre per tre settimane. Nel Contest Vetrine Amourette, i dettaglianti hanno la possibilità di esprimere tutta la loro creatività: per la creazione degli allestimenti, infatti, possono scegliere di utilizzare, o meno, il materiale consegnato loro dall'azienda. L'unica condizione che deve essere rispettata è la presenza della linea Amourette. Una volta creato l'allestimento, sia il dettagliante sia l'agente Triumph di riferimento, possono scattare la foto che deve essere inviata solo ed esclusivamente da quest'ultimo all'indirizzo mail creato per il concorso. A fine gennaio, una giuria interna selezionerà le Migliori dieci vetrine Triumph. I nominativi dei dettaglianti vincitori verranno comunicati entro la metà di febbraio 2019.



### COTONELLA VINCE IL PREMIO "ECCELLENZA DELLE PMI" NELLA CATEGORIA "VALORIZZAZIONE DEL CAPITALE UMANO"

**14/11.** C'è anche Cotonella tra le aziende che hanno ricevuto il premio "Eccellenza delle Pmi 2018" conferito ogni anno dall'Associazione Industriale Bresciana. In particolare, la società specializzata nella produzione di intimo si è distinta nella categoria "Valorizzazione del capitale umano". Giuseppe Pasini, presidente dell'Associazione così ha motivato la scelta del brand nato a Edolo (Bs) nel 1972

dall'iniziativa di Maurizio Zanier: «L'attenzione al capitale umano e la sua valorizzazione sono elementi determinanti per creare il giusto clima nelle nostre aziende. Di questo, Cotonella è testimone distintiva. Grazie al rapporto costruito nel tempo con i propri collaboratori, l'azienda è riuscita a trasformare l'evento

devastante dell'incendio del 2016, in un'occasione di rinascita, senza far ricorso a una sola ora di cassa integrazione, senza far perdere una sola ora di retribuzione, senza saltare una sola consegna... Con l'unico obiettivo, di imprenditore e lavoratori, della ricostruzione, concretizzatasi in una [nuova sede strategica](#), cuore pulsante dell'azienda». Il premio è stato consegnato il 13 novembre da Vicenzo Boccia, presidente di Confindustria.



[SFOGLIA](#) [SCARICA](#)

### IL NUMERO DI NOVEMBRE/DICEMBRE

### INTIMO ORTOPEDIA ABBIATI PRESENTA LA COLLEZIONE OSCALITO FW 2018 CON UN EVENTO SPECIALE



**14/11.** Con un evento che si è svolto nel pomeriggio di domenica 11 novembre, Intimo Ortopedia Abbiati ha presentato alla sua clientela la collezione Oscalito FW 2018. Negli spazi della boutique di Seregno (MB), opportunamente allestita con corner e vetrine dedicate ai capi del brand Made in Torino, dalle 16.30 alle 20.00 è andato in scena un cocktail party durante il quale due modelle hanno indossato gli articoli Oscalito, il fotografo ha immortalato clienti e amici che hanno partecipato all'iniziativa e una consumatrice ha vinto l'articolo messo in palio per l'occasione. All'evento era presente anche Dario Casalini, amministratore delegato di Oscalito che è intervenuto con uno speech focalizzato sulle qualità delle fibre naturali e sulla cura e manutenzione dei capi confezionati con questi materiali.

# INTIMORETAIL

## WEEKLY

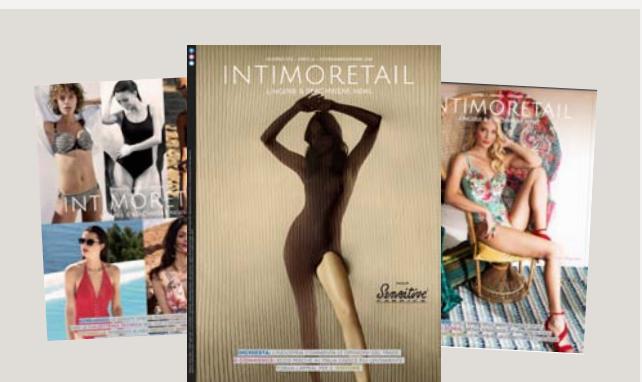
### NUOVO LOGO PER EDITORIALE FARLASTRADA

**12/11.** Nell'imminenza del decennale dalla fondazione, Editoriale Farlastrada ha rinnovato il proprio logo. L'azienda – che oggi edita le testate *SolareB2B*, *Intimo Retail* e *PET B2B* – è stata fondata nella primavera del 2009 da Marco Arosio e Davide Bartesaghi. «Il nuovo logo vuole trasmettere professionalità e freschezza. E sono proprio queste le qualità con cui vogliamo continuare ad affrontare il lavoro nei settori di cui ci occupiamo e soprattutto le relazioni con le persone che operano in questi mercati», spiega Marco Arosio. «Il lancio del nostro nuovo logo è in fondo una cosa piccola», aggiunge Davide Bartesaghi «È un fatto che potrebbe sembrare marginale rispetto al core business di Editoriale Farlastrada. Ma per tutti noi è il segno della volontà di migliorarsi continuamente e non accontentarsi mai dei traguardi raggiunti».



### TESSILE-MODA: NEL SECONDO SEMESTRE IL FATTURATO CRESCE DEL 3,5%

**13/11.** Nel periodo gennaio-giugno 2018, il tessile moda Made in Italy ha avuto un andamento positivo: nel primo trimestre il fatturato ha segnato un aumento del 3,3%, grazie soprattutto al +7% registrato dal tessile. Il secondo trimestre, invece, si è chiuso con un incremento del 3,5% generato dal +3,2% del tessile e dal +3,6% dell'abbigliamento. Questi sono alcuni dei dati che emergono dall'indagine congiunturale del Centro studi di Confindustria Moda per conto di Sistema moda Italia, su un panel di 90 aziende e presentati il 12 novembre in occasione della conferenza stampa di Pitti Uomo 95. Nei primi sei mesi del 2018, a spingere il business è l'export: nel primo trimestre, il mercato interno registra un calo dell'1,4%, mentre le vendite oltreconfine crescono del 9,9%. Nel secondo trimestre, le esportazioni aumentano del 10%, mentre le vendite in Italia calano del 4,3%. Sulla base dei dati Istat relativi ai primi sette mesi del 2018 le vendite all'estero del comparto crescono del 2,6% superando i 18,4 miliardi. Nel periodo considerato, l'export del tessile cresce dell'1,9% mentre l'abbigliamento guadagna un +3%. In questo comparto si distinguono in particolare le esportazioni di calzetteria (+4,4%), seguita dalla maglieria (+3,5%) e dall'abbigliamento confezionato (+2,6%). Le importazioni di maglieria crescono del 5%, mentre quelle di capi confezionati del 3,9%.



PER RICEVERE GRATUITAMENTE  
LA NEWSLETTER INTIMO RETAIL WEEKLY

[CLICCA QUI](#)

### GIORGIO ROSSI ALLA PRESIDENZA DI COIN

**13/11.** È Giorgio Rossi il nuovo presidente di Coin. Rossi, 64 anni, già azionista della società che lo scorso marzo è stata acquistata dalla newco Century, metterà a disposizione dell'azienda le sue competenze imprenditoriali e la sua conoscenza del settore immobiliare. Nato a Treviso, dopo la laurea in Economia e Commercio all'Università Ca' Foscari di Venezia, Rossi ha iniziato a lavorare nell'azienda di famiglia, specializzata nel commercio di tessuti. Negli anni 80 fonda Norton & Wilson, concept di ispirazione anglo americana. Dalla fine degli anni 90, invece, dopo la cessione delle attività del tessile, Rossi



si è dedicato al settore immobiliare. In passato, è stato anche presidente del Sistema Moda di Unindustria Treviso. Oggi l'insegna Coin presidia il territorio italiano con 40 store a cui si affiancano quelli di fascia alta, situati a Roma e Milano, con insegna Coin Excelsior e 100 store Coincasa. Nel 2017 il fatturato netto ha raggiunto i 400 milioni di euro: grazie a 9 milioni di sconti emessi, oltre 800 brand e una superficie di vendita di circa 115mila metri quadrati.

## 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)





ROSA FAIA  
BEAUTYFULL

Fleur



5653: B–F, tg. italiane 2–9 · G–H, tg. italiane 2–7 · I–J, tg. italiane 2–6  
5654 (escluso il colore Powder Blue): A–D, tg. italiane 1–7 · E, tg. italiane 1–6

Una rivoluzione romantica! Con il suo stile unico fatto di morbide alternanze di tessuti e motivi floreali, Fleur reinterpreta il romanticismo del pizzo da una prospettiva femminile inedita e più adulta. Nell'incantevole powder blue, una fodera color cristallo mette in risalto tutta la delicata luminosità del blu che domina il disegno

del pizzo floreale. La variante crystal affascina invece per l'abbinamento tono su tono di diversi disegni e materiali, per chi esige eleganza e raffinatezza. I due nuovi colori, in consegna da gennaio 2019, vanno ad aggiungersi al nero, berry e antracite già in collezione.