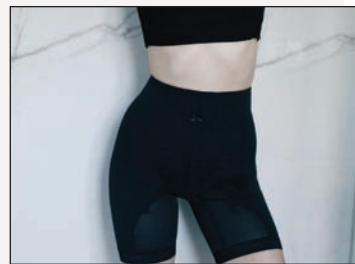




LINGERIE & BEACHWEAR NEWS

INTIMORETAIL

WEEKLY



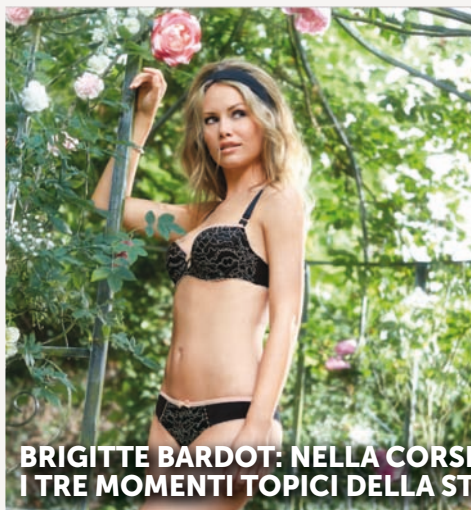
LA NEWSLETTER PER GLI OPERATORI DI SETTORE - NUMERO 36 - ANNO V - 23 OTTOBRE 2017

#VERDISSIMAPIGIAMAPARTY A SOSTEGNO DEL SELL OUT



20/10. Prende il via il prossimo 9 novembre l'operazione #verdissimapigiama-party. Ideata dal noto brand di intimo e beachwear a sostegno del sell out della collezione di lingerie e pigiama FW 2017-18, l'iniziativa coinvolge i punti vendita partner di Verdissima e prosegue fino al 19 novembre. Il progetto corre lungo due binari: le vetrine e gli eventi in store. Il brand ha infatti distribuito ai retailer un kit che permette di allestire la vetrina riproponendo l'atmosfera di una camera da letto in perfetto mood pigiama-party fra amiche. Contemporaneamente, saranno organizzati eventi in store per coinvolgere le consumatrici e invitarle a scoprire la collezione Verdissima FW 2017-18. L'azienda ha realizzato anche cartoline di invito agli eventi da distribuire alle proprie clienti, display Google con immagine coordinata dell'iniziativa. Inoltre, la pagina Facebook Verdissima Official sarà costantemente aggiornata con gli eventi in agenda. Infine, sarà rinnovato l'appuntamento con il concorso "Cosmo Regala" promosso dal mensile *Cosmopolitan* che nel mese di novembre, in edicola il 22 ottobre, metterà in palio capi nightwear della collezione Verdissima.

NEWS DAL 16 AL 20 OTTOBRE



**BRIGITTE BARDOT: NELLA CORSETTERIA SS 2018
I TRE MOMENTI TOPICI DELLA STAGIONE ESTIVA** A pag 2



VANITY FAIR PUNTA A CRESCERE IN EUROPA

19/10. Il marchio di lingerie Vanity Fair punta a crescere in Europa. Lo scorso 12 ottobre a Parigi, in rue de la Paix, il brand ha aperto la sua prima boutique monomarca di lusso nella Ville Lumière. L'obiettivo del fondo francese Perceva, che nel 2015 ha acquisito dall'americana Fruit of the loom la licenza del marchio Vanity Fair per l'Europa, è sviluppare una rete di 15 store nei prossimi cinque anni. Londra, Zurigo e Ginevra sono le città in cui prossimamente verrà aperta una boutique monomarca. È quanto emerge da un articolo pubblicato il 18 ottobre da *L'Espresso*. In Europa, il marchio Vanity Fair è già distribuito in 700 store multimarca, tra cui anche alcuni grandi magazzini come Galeries Lafayette e Printemps. Dal 2015 a oggi, le vendite del brand sui mercati europei sono raddoppiate arrivando a sviluppare un fatturato di 10 milioni di euro. Oltre a Vanity Fair, il fondo Perceva può contare anche sulla licenza dei marchi Bestform, Variance e Lou. Di questi, i primi due si collocano in una fascia di prezzo più competitiva rispetto a Vanity Fair e presidiano soprattutto le grandi superfici. Al contrario, Lou, come Vanity Fair, è destinato alle boutique specializzate. L'obiettivo di fatturato dell'azienda è di raggiungere gli 85 milioni di euro nei prossimi cinque anni. In questo risultato oltre 20 milioni dovrebbero essere sviluppati dal marchio Vanity Fair.



intimidea

made in Italy

SEAMLESS - SENZA CUCITURE

ALENA SEREDOVA

intimidea.com

INTIMORETAIL WEEKLY

A EXPO SPOSI NICLA INTIMO PORTA IN PASSERELLA LA BRIDE LINGERIE



18/10. Durante la 27° edizione di Expo Sposi, la manifestazione in scena al Real Collegio di Lucca, lo scorso 7 ottobre si è svolta una sfilata di moda organizzata dall'agenzia toscana Also Eventi. Durante l'evento, anche la boutique lucchese

Nicla Intimo ha portato in passerella i capi delle collezioni di lingerie firmate Simone Pérèle, Omero collant, Valery, Twinset, Christies, Luna di Seta e Promise. Da alcuni anni, infatti, gli atelier di abiti da sposa del Lucchese per acquistare i capi di intimo e lingerie più adeguati alla loro silhouette indirizzano la loro clientela da Nicla Intimo. Per lo staff della boutique, la sfilata è stata un'occasione per comunicare alle future spose l'importanza di indossare una lingerie appropriata.

PER L'ESTATE 2019 SPLASH DI RIPA PROPONE ANCHE TESSUTI CON ROICA CLEAN FIT



17/10. Nella proposta di tessuti Splash di Ripa per le collezioni SS 2019 grande spazio è dedicato sia alle righe, ideate nei colori arancione, viola, blu e cachi sia ai jacquard fantasia. Nella collezione si distingue anche il crochet a righe micro e macro. Nonostante il colore dominante sia l'arancione nelle diverse gradazioni di intensità, in tutta la linea anche il bianco, con il suo contributo di leggerezza e modernità, riveste un ruolo chiave per illuminare i tessuti di un'aura cocooning.

Per quanto riguarda gli stampati in alta definizione, si spazia dal tema botanico al geometrico, con rielaborazioni di motivi storici ripresi dall'archivio di casa Ripa. I colori delle stampe sono in sintonia con la collezione maglia. La base per le stampe è il tessuto Light 2.0 Deep realizzato con Roica Colour Perfect, l'elastomero tingibile. Nella collezione Splash di Ripa un'attenzione crescente è riservata ai tessuti realizzati con elastomero Roica Clean Fit. Questi materiali, destinati principalmente al confezionamento di articoli sportivi e all'underwear, garantiscono una performance antiodore per tutta la durata del capo. Inoltre, per l'estate 2019 Maglificio Ripa presenterà una serie di tessuti in poliammide riciclata abbinata alla famiglia di stretch smart Roica Eco-Smart per un prodotto integralmente green.

BRIGITTE BARDOT: NELLA CORSETTERIA SS 2018 I TRE MOMENTI TOPICI DELLA STAGIONE ESTIVA

18/10. La collezione di lingerie e corsetteria Brigitte Bardot BB SS 2018 propone tre grandi ambientazioni ognuna delle quali offre linee e prodotti pensati per occasioni d'uso specifiche: San Valentino, la Primavera e il Matrimonio. L'ambientazione dedicata alla festa degli innamorati suggerisce tre linee: Désinvolté, Ravageuse e Charme. In queste serie i capi sono arricchiti



da pizzi e lavorazioni che creano effetti plissé. Tutti gli articoli sono corredati di un piccolo fiocco in raso che, nella serie Charme, presenta anche un bijou. La palette colori ruota intorno a tre tonalità: antracite, bordeaux e rosa confetto. Anche l'ambientazione Primavera offre tre serie: Coquette, Malicieuse e Câline. La gamma colori include crema, nero e nudo, le fantasie giocano con i pois e il tema floreale. Infine con Plaisir e Poupée Brigitte Bardot SS 2018 propone la linea bride dove alcuni dettagli dei capi sono arricchiti da applicazioni di perle removibili. Sul fronte della modellistica, per l'estate 2018, il brand ha incrementato la proposta delle parti basse. Inoltre, per ognuna delle tre ambientazioni, la società francese V2D, che produce e distribuisce le collezioni Brigitte Bardot, offre anche del materiale per l'allestimento di corner espositivi dedicati al marchio.

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

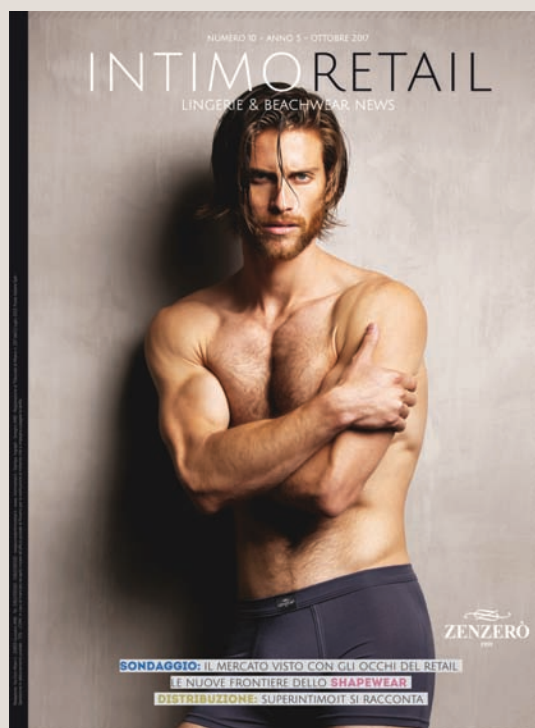
**ON AIR FINO AL PROSSIMO 20 DICEMBRE
LA NUOVA CAMPAGNA TV DI GOLDEN LADY**



17/10. Golden Lady torna in Tv. Fino al prossimo 20 dicembre è on air sulle principali reti Mediaset e su Sky il nuovo spot pubblicitario firmato Armando Testa. Inoltre, dal 21 ottobre, per quattro settimane, il brand sarà presente anche su radio RTL 102.5. L'investimento pubblicitario include anche una campagna digital su YouTube, Facebook, IG e sui siti di Sky (<http://xfactor.sky.it/>) e di RTL. Protagoniste del filmato pubblicitario sono cinque donne con altrettante storie da cui emerge che quando contano su loro stesse, anzi sulle loro gambe, le donne sono capaci di fare grandi cose. Per la campagna, infatti, Golden Lady ha lanciato l'hashtag #Conlemiegambe. Il marchio ha voluto così esprimersi attraverso il linguaggio delle emozioni, celebrando le donne e le loro conquiste.

FEDERAZIONE MODA ITALIA IN CONVENTION A BOLOGNA IL 19 E IL 20 NOVEMBRE

16/10. Per gli associati a Federazione Moda Italia l'appuntamento è a Bologna il 19 e il 20 novembre. Durante questi due giorni, infatti, si svolge la Convention dell'associazione con l'assemblea elettiva. Domenica 19 novembre, è in programma il workshop "Scenari e sfide locali in un mercato globalizzato", in scena a Palazzo Segni Masetti dalle 10.30. Nel pomeriggio, invece, l'appuntamento è al Fashion Research Italy (FRI), polo didattico – espositivo per la valorizzazione del fashion Made in Italy che si trova all'interno di un ex stabilimento del Gruppo La Perla, attivo dagli anni 80 al 2000, è stato riaperto al pubblico in una nuova veste architettonica che al contempo riflette la storia del territorio e rappresenta le innovative attività di ricerca, formazione ed esposizione. Lunedì 20 novembre, invece, nella mattinata sarà la volta dell'Assemblea elettiva, in scena sempre a Palazzo Segni Masetti.



SFOGLIA O SCARICA
IL NUMERO DI OTTOBRE

16/10. Con la P/E 2018 il brand di intimo e pigiama Nottingham si



presenta al pubblico con una collezione di calze uomo e donna, grazie all'accordo di licenza siglato da Igam, la società pugliese proprietaria del marchio, con il Calzificio Bagnato. L'accordo di licenza, di durata quinquennale, partirà il 1° gennaio 2018. In base alla partnership, il Calzificio Bagnato si occuperà del design, della produzione e della distribuzione sul

mercato italiano della collezione Nottingham Calze.

EMMEBIVI

THE WOMAN COLLECTION

MAGLIEFICIO EMMEBIVI SRL Via Livorno, 44 · 20831 Seregno (MB) · Italy · Tel. +39 0362.23331 · Fax +39 0362.233390 · www.emmebivi.com

Continuativo naturale • Selezione Oro