



BEACHWEAR PREVIEW 2020

MAREDAMARE20 - 21 - 22 LUGLIO 2019
FORTEZZA DA BASSO - FIRENZE
MAREDAMARE.EU

LINGERIE & BEACHWEAR NEWS

INTIMORETAIL

WEEKLY

BEACHWEAR PREVIEW 2020

MAREDAMARE20 - 21 - 22 LUGLIO 2019
FORTEZZA DA BASSO - FIRENZE
MAREDAMARE.EU

LA NEWSLETTER PER GLI OPERATORI DI SETTORE - NUMERO 23 - ANNO VII - 24 GIUGNO 2019

MOOD BOHO CHIC PER LA SFILATA DI INTIMO GILDA

21/06. Lo scorso 30 maggio, il punto vendita Intimo Gilda ha animato la piazza antistante il palazzo di Regione Lombardia a Milano con l'evento Boho Chic Party. Modelle acconciate con fiori e piume, petali di rose sparsi sul piazzale, scenografie con acchiappa sogni sono stati protagonisti della sfilata che ha portato in passerella le collezioni SS 2019. Notevole l'affluenza da parte della clientela della boutique Intimo Gilda, guidata da Mina Dal Cero, che proprio nel corso del 2018 ha festeggiato i suoi primi 25 anni di attività.



NEWS DAL 17 AL 21 GIUGNO



CON LA P/E 2020, "S BY SLOGGI" SI ARRICCHISCE DELLA NUOVA LINEA SUNDAY



A PAG.3

OVS CHIUDE IL PRIMO TRIMESTRE A 317,5 MLN DI EURO (-0,9%)

21/06. Ovs ha chiuso il primo trimestre del 2019 con vendite nette a quota 317,5 milioni di euro (-0,9%). Il dato risente della contrazione del mercato causata dalle condizioni climatiche avverse dei primi mesi primaverili. Considerando le due insegne che fanno capo alla società, Ovs e Upim, la prima riporta un calo del 2,1%, trend determinato dall'andamento climatico che ha avuto degli effetti sul segmento Kids, mentre Upim mostra un +5%. L'Ebitda rettificato si è attestato a 25,1 milioni di euro, in linea con le attese. Anche in questo caso, la performance è migliore per Upim che segna un +0,2%, passando da 5,2 a 5,3 milioni. «In un contesto di riferimento ancora difficile, abbiamo tratto beneficio dall'implementazione delle molteplici attività poste in essere», commenta Stefano Beraldo, amministratore delegato di Ovs. «La decisione di ridurre gli acquisti programmati, con la crescente attivazione della modalità di acquisto in-season, è stata determinante nel mitigare gli effetti della stagionalità. La riduzione dei costi, in particolare degli affitti, è proseguita secondo i piani. La redditività rispetto al primo trimestre 2017 e 2018 è in linea con le nostre attese, basate su una prima parte dell'anno in corso ancora caratterizzata dalla fase finale delle attività promozionali dedicate alla normalizzazione dello stock e su una seconda parte che invece prevediamo con minori markdown. Il magazzino è rientrato ai livelli dell'anno precedente, pur in presenza di un network più esteso, e con un mix di merce caratterizzato da collezioni più recenti che permetteranno migliore vendibilità e marginalità».



BEACHWEAR PREVIEW 2020

MAREDAMARE20 - 21 - 22 LUGLIO 2019
FORTEZZA DA BASSO - FIRENZE
MAREDAMARE.EU

INTIMORETAIL

WEEKLY



SFOGLIA O SCARICA
IL NUMERO DI GIUGNO

IL MARCHIO MERMAZING LANCIA LA CAMPAGNA SOCIAL #IAMTHESOLUTION

20/06. #Iamthesolution è l'hashtag lanciato dal marchio di costumi da bagno Mermazing per la sua nuova campagna di sensibilizzazione sulla salvaguardia del pianeta. Chiaro il messaggio dell'operazione: tutte le donne possono sentirsi la soluzione per la rinascita dell'ambiente. Con la collezione "Ocean_Breeze" realizzata interamente con materiali di scarto recuperati dal mare, Mermazing dà forma alla sua anima green e offre un contributo alla tutela dell'ambiente. Il brand, infatti, adotta l'approccio Plastic Free delle quattro R: recuperare dagli oceani le reti da pesca; rigenerare i rifiuti attraverso un processo industriale di riciclo e purificazione, dal quale nasce la fibra di nylon Econyl; riprodurre, in quanto questo filato può essere riciclato all'infinito senza perdere le sue qualità e, infine, ricreare.



INTIMORETAIL

Registrazione al Tribunale
di Milano
n.237 dell'11 luglio 2013

Direttore responsabile
Davide Bartersagi
Redazione
via Don Milani, 1 20833

Giussano (MB) Tel 0362.332160
www.intimoretail.it
redazione@intimoretail.it

Direttore commerciale
Marco Arosio -
arosio@intimoretail.it



MARE DAMARE SCALDA I MOTORI

20/06. Dal 20 al 22 luglio la Fortezza da Basso di Firenze ospiterà la 12° edizione di Maredamare. I marchi del settore presenteranno in anteprima le collezioni mare e accessori per l'estate 2020 ai buyer del comparto moda. Il calendario eventi comprende

Alessandro Legnaioli, presidente di Maredamare workshop informativi e formativi, presentazioni dedicate e sfilate: quella di apertura sarà dedicata ai giovani stilisti del concorso The Link. Alessandro Legnaioli, presidente di Maredamare, sottolinea: «Voglio segnalare la presenza dei più importanti global brands che hanno scelto Maredamare per presentare le nuove collezioni unitamente a un'ampia selezione di nuovi marchi che con le loro proposte sapranno dare un valore aggiunto al nostro salone». A Maredamare ci saranno anche novità nella configurazione della fiera. Infatti, quest'anno l'idea è quella di far conoscere a fondo la Fortezza da Basso. Così si svolgerà l'evento diffuso Fortezza 9/24, volto a svelare le stanze segrete, la parte monumentale, gli accessi privati, le torrette con vista e i passaggi nascosti della location.



UNA "SFILATA SOTTO LE STELLE" PER LA BOUTIQUE INTIMO ORTOPEDIA ABBIATI

19/06. Giovedì 13 giugno a Seregno, in provincia di Monza e Brianza, la boutique Intimo Ortopedia Abbiati ha organizzato la "Sfilata sotto le stelle". L'evento si è svolto in piazza Caprera, antistante lo store. La manifestazione si è inserita nel programma di aperture serali dei negozi del centro di Seregno che durante i mesi di giugno e luglio sono operativi dalle 21:00 alle 23:00 adeguando al progetto della rete dei negozi di "Vivi Seregno". Sul red



carpet, hanno sfilato i capi di Andres Sardà, District by Margherita Mazzei, Hom, Maryan Melhorn, Marjolaine, Paladini, Ritratti, Verdissima, Julipet, Watercult, Prima Donna, Zeybra Portofino. Non sono mancate inoltre le proposte Abbiati, marchio del punto vendita. La sfilata, si è tenuta per la prima volta in un luogo pubblico, catturando così l'attenzione anche dei passanti che si sono accalcati davanti alla passerella per assistere al fashion show.

INTIMORETAIL

WEEKLY

PASSIONATA PRESENTA I DUE NUOVI VOLTI DELLA CAMPAGNA SS 2020

19/06. Per l'estate 2020, Passionata si affida ai volti di Gabriette Bechtel e Flora Carter. Le due testimonial daranno voce al marchio raccontando un viaggio più che una semplice vacanza, un movimento più che uno stato mentale. Consentendo a queste due personalità contemporanee di esprimersi e documentare i loro viaggi attraverso immagini, parole e canzoni, Passionata cattura un'istantanea di un'intera generazione. Più in dettaglio Gabriette Bechtel è un astro nascente nella musica e nella moda. È finita sotto i riflettori a seguito della sua partecipazione alla campagna di lingerie di Rihanna "Savage x Fenty". È inoltre cantante del gruppo Bad Cherry, protagonista di una serie Netflix, rappresentando quindi la voce della gioventù di oggi. Vive tra New York e Los Angeles e tra le sue passioni spicca anche la fotografia. Ha composto musiche e testi dei video prodotti per la campagna Passionata. Cresciuta tra Londra e Parigi, Flora Carter ha un passato burrascoso che l'ha vista combattere contro ansia e insicurezza. Sfruttando la sua professione di modella come "terapia" per una crescita personale, ha mandato un messaggio positivo alle sue coetanee celebrando l'amore per sé stessi che si può apprendere confrontandosi con persone dai diversi percorsi di vita. Si autoprolama "attivista dell'amore" ed esplora queste tematiche nei suoi scritti e nei post pubblicati sul suo account Instagram con l'hashtag #writtenbyfloracarter.



Flora Carter



Gabriette Bechtel

more per sé stessi che si può apprendere confrontandosi con persone dai diversi percorsi di vita. Si autoprolama "attivista dell'amore" ed esplora queste tematiche nei suoi scritti e nei post pubblicati sul suo account Instagram con l'hashtag #writtenbyfloracarter.

"S BY SLOGGI" SI ARRICCHISCE DELLA NUOVA LINEA SUNDAY

18/06. Per l'estate 2020 la proposta femminile della label premium S by sloggi si arricchisce della linea Sunday, che punta a infondere lo spirito rilassato del fine settimana nel design sloggi. Si tratta infatti di articoli versatili ed eleganti da abbinare

a camicia e shorts, realizzati con tessuti di qualità e fibre setose, naturalmente morbide. All'insegna del motto 'less is more', la linea S by sloggi Sunday comprende bralette, top, body, camicia reversibile, high leg brief, mid waist panty e short da indossare da soli o abbinati ad altri capi del guardaroba che garantiscono elevati livelli di comfort. I prodotti di questa serie sono disponibili nei colori dust, navy blazer e indian summer. La linea Sunday si aggiunge alle serie Substance, Zero Feel Signature, Symmetry e Silhouette già presenti nella proposta di S by sloggi.



COTONELLA: ACCORDO DI LICENZA CON ERREMARE PER IL MARCHIO LINEA SPRINT

18/06. A partire dalla collezione SS 2020 il marchio Linea Sprint sarà prodotto e distribuito dall'azienda lombarda Erremare. [Cotonella](#), proprietaria del brand dal 2015, ha infatti siglato un accordo di licenza di durata triennale con la società guidata da Luigi Rondelli. Nell'arco di questo periodo, quindi, [Erremare](#) si occuperà dello studio stilistico, della produzione e della distribuzione dei prodotti Linea Sprint. La collezione SS 2020 del brand sarà presentata il prossimo 9 luglio negli spazi dell'azienda lombarda alla presenza della rete vendita designata da Rondelli. Per contatti commerciali è possibile rivolgersi a Fabrizio Caramellino 036357127.



MEY PUNTA SUL LOUNGEWEAR DI LUSSO PER L'ESTATE 2020

17/06. Per l'estate 2020, Mey presenta una collezione che trae ispirazione da diverse culture partendo dall'India fino alla Scandinavia. Il risultato è una commistione di aspetti e colori: stampe paisley nelle tonalità tipiche dell'Oriente, decorazioni, motivi grandi e ricami femminili insieme a stampe con fantasia animale. I colori spaziano da tonalità calde e sofisticate come l'arancio fino a blu vibranti o nuance pastello. L'uso di diversi materiali e strutture, poi, aggiunge ulteriori dettagli interessanti. Tutto ciò



si declina in diverse linee studiate per vari segmenti e target. Tra tutte, spicca la gamma Mey Love Story dedicata a un loungewear di lusso e di qualità, caratterizzato da materiali quali viscosa e seta satinata e stampe esclusive oltre che da tagli moderni. I colori prevalenti spaziano dall'arancio al pistacchio fino al pesca e contrastano con la delicatezza della tonalità perlata. In generale la gamma Mey Love Story sfrutta tutte le combinazioni colorate, compresi repentini cambi da tonalità neutre a nuance più accese. I capi sono quindi pensati anche per un mix & match con le proposte delle collezioni lingerie e Mey Poetry.