



LINGERIE & BEACHWEAR NEWS

INTIMORETAIL

WEEKLY



LA NEWSLETTER PER GLI OPERATORI DI SETTORE - NUMERO 28 - ANNO V - 24 LUGLIO 2017

BEACHWEAR AWARD BY INTIMO RETAIL: ECCO I VINCITORI

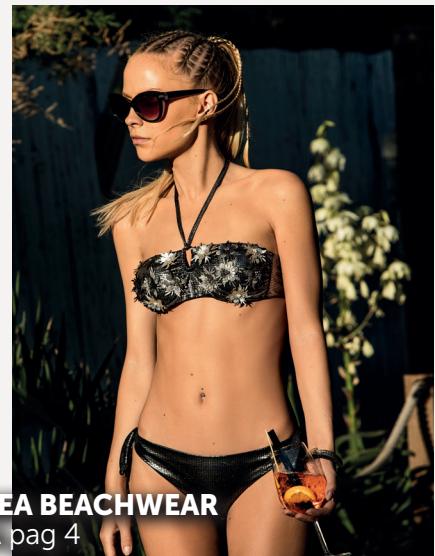


22/07. Maryan Mehlhorn, Chantelle, Lise Charmel, Anita, Verdissima, Triumph sono loro i marchi vincitori della terza edizione del concorso "Beachwear Award – Il retail premia l'industria", organizzato da *Intimo Retail*. La cerimonia di premiazione si è svolta il 22 luglio a Maredamare. Più precisamente Maryan Mehlholm ha vinto nelle categorie Miglior prodotto beachwear e Migliore iniziativa di partnership. Chantelle si è invece distinta nella categoria Migliore innovazione di prodotto, mentre Lise Charmel ha vinto l'award per la categoria Migliore stampa/fantasia. Due premi anche per Verdissima: Miglior packaging e Miglior campagna new media. Anita ha ottenuto il primo posto nella categoria Migliore promozione consumer, mentre Triumph si è aggiudicata l'award per la Migliore campagna pubblicitaria. L'identificazione dei brand vincitori è il risultato di un percorso iniziato nei mesi scorsi e che si è sviluppato in diverse fasi che hanno coinvolto sia le aziende della produzione sia i retailer.

NEWS DAL 17 AL 22 LUGLIO



VERDISSIMA PRESENTA SUNSET LA LINEA BEACHWEAR CHIC E SENSUALE PER L'ESTATE 2018 A pag 4



MAREDA MARE: OLTRE 240 BRAND ALLA 10° EDIZIONE, 50 IN PIÙ RISPETTO AL 2016

21/07. La decima edizione di Maredamare apre i battenti sabato 22 luglio a Firenze negli spazi di Fortezza Da Basso. Sono più di 240 i brand che, fino a lunedì 24 luglio, espongono alla kermesse le loro collezioni per l'estate 2018. Rispetto all'edizione 2016, 50 marchi partecipano alla manifestazione per la prima volta, mentre sono 20 quelli che hanno scelto di tornare a esporre a Maredamare. Oltre ai brand italiani, saranno presenti anche marchi tedeschi, israeliani, francesi, spagnoli, svedesi e americani. Tra le novità messe in campo dagli organizzatori si distinguono l'area Athleisure e la collaborazione con l'Accademia italiana di Firenze: la veste grafica della manifestazione è infatti stata ideata dagli studenti più talentuosi dell'Accademia. Si rivela particolarmente ricca anche l'agenda degli eventi: sabato e domenica, infatti, sono in programma diversi workshop dedicati al visual marketing, ai social media e alle tecniche di vendita. Sul fronte delle sfilate, invece, oltre a quelle collettive, alcune aziende come Bikini mi.ma, Parah, Afs International e Ubk Company hanno organizzato momenti esclusivi per portare in passerella le loro collezioni.

MAREDA MARE
THE UNDERBEACH
MAREDA MARE . EU



PER L'ESTATE 2018, DOMANI GIOCA CON STAMPE MODERNE E TINTE UNITE

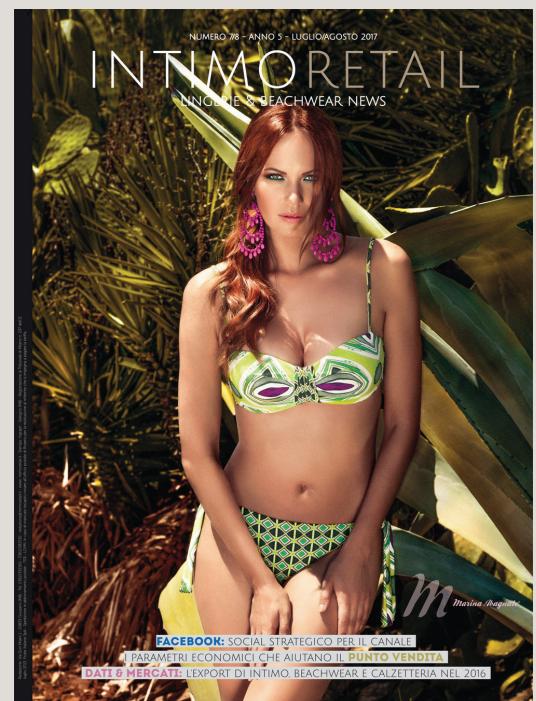


20/07. La collezione Domani SS 2018 offre stampe molto attuali e moderne ma sempre in linea con lo stile del marchio. Ogni serie di stampa viene completata e rafforzata da una linea in tinta unita con dettagli o lavorazioni che la differenziano. La collezione offre complessivamente 13 linee. Nel primo pacchetto di proposte, la serie Optical offre una stampa dove un bordo in tinta unita in contrasto crea maggior effetto sui capi. Vicky è invece la linea in tinto filo dove il motivo che dà il nome alla serie è arricchito da alcune rouches. La linea Tinta unita con motivo fiore conclude questo primo pacchetto. In questa serie alcuni occhielli effetto metallo ma in morbido gel sono posizionati su scollature e vita degli slip dove un nastro a contrasto passa dentro e fuori. La tinta unita rafforza altre tre sezioni della collezione Domani SS 2018. Viene infatti proposta con motivo grafico a fiore nella sezione con stampa Liberty modernizzata nei colori e nei motivi. Un'altra tranne della collezione propone capi double face nati dalla combinazione tra la stampa cravatteria con la stampa fiorata stile India. Questa serie è completata da capi di abbigliamento come kaftani, abiti lunghi e corti in fresca mussola di cotone stampata e finiture con ricamo a jour in tinta con le stampe. Questo pacchetto di prodotti è concluso dalle serie Tinta unita con un ricamo uncinetto in tre colori diversi e Tinta unita abbinata alla stampa cravatteria. Infine, la tinta unita è proposta con ricamo a filo su tulle nel pacchetto che offre la stampa fiore abbinata al pois.

stretto a contrasto passa dentro e fuori. La tinta unita rafforza altre tre sezioni della collezione Domani SS 2018. Viene infatti proposta con motivo grafico a fiore nella sezione con stampa Liberty modernizzata nei colori e nei motivi. Un'altra tranne della collezione propone capi double face nati dalla combinazione tra la stampa cravatteria con la stampa fiorata stile India. Questa serie è completata da capi di abbigliamento come kaftani, abiti lunghi e corti in fresca mussola di cotone stampata e finiture con ricamo a jour in tinta con le stampe. Questo pacchetto di prodotti è concluso dalle serie Tinta unita con un ricamo uncinetto in tre colori diversi e Tinta unita abbinata alla stampa cravatteria. Infine, la tinta unita è proposta con ricamo a filo su tulle nel pacchetto che offre la stampa fiore abbinata al pois.

HAPPY SOCKS PUNTA A FAR CRESCERE IL COMPARTO DONNA CON LA LINEA HYSTÉRIA

20/07. Una pagina Instagram, allestimenti vetrina e campagne pubblicitarie ad hoc sono questi gli strumenti di advertising scelti da Happy Socks a sostegno del sell out di Hysteria, la nuova linea di calzetteria femminile che sarà nei punti vendita con l'A/I 2017-18. La linea nasce per incrementare la quota del comparto donna sul fatturato aziendale. Ad oggi, infatti, i prodotti femminili rappresentano il 30% del giro d'affari complessivo dell'azienda che, nel 2016, ha raggiunto i 100 milioni di dollari. Per questa nuova serie, che come tutti i prodotti del brand avrà nei colori vivaci e brillanti uno dei suoi tratti distintivi, Happy Socks ha scelto di utilizzare una gamma più ampia di tessuti e ha migliorato la vestibilità. Il marchio è nato nel 2008 e nel 2017 è stato acquisito da Palamon Capital Partners per circa 70 milioni di euro. Attualmente, le collezioni Happy Socks sono distribuite in 90 paesi e in oltre 12mila negozi nel mondo, inclusi 50 store monomarca.



[SFOGLIA](#) [O SCARICA](#)
IL NUMERO DI LUGLIO/AGOSTO

FALKE: MARTIN WINKLER È IL NUOVO CEO



20/07. È Martin Winkler il nuovo Ceo del gruppo Falke. Winkler, 48 anni, succede a Uwe Bergheim che è andato in pensione. Prima di assumere il nuovo incarico in Falke, Winkler ha ricoperto in LG Electronics il ruolo di Chief Operating Officer dei rapporti con i consumatori per il mercato tedesco. Precedentemente ha lavorato dieci anni in Sony nell'area marketing e retail.

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



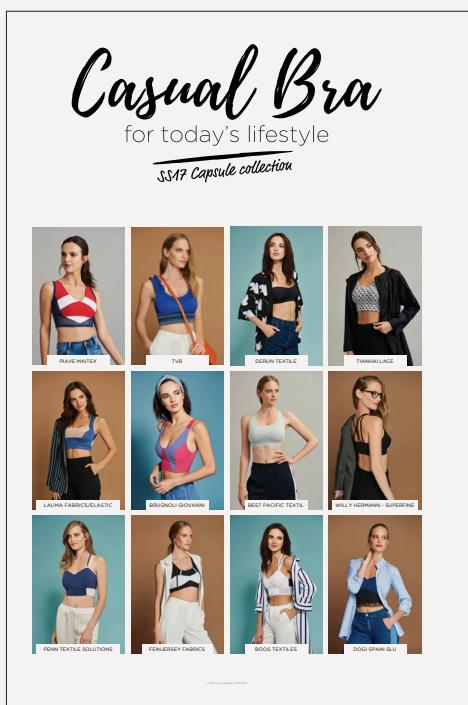
INTIMORETAIL

WEEKLY

CSP INTERNATIONAL: È DI 8,1 MLN DI EURO L'INVESTIMENTO SOSTENUTO PER ACQUISIRE PEROFL FASHION

20/07. È di 8,1 milioni di euro il corrispettivo definitivo pagato da CSP International Fashion Group, società quotata alla Borsa Italiana, proprietaria dei marchi Sanpellegrino, Oroblù, Lepel, Liberti, Le Bourget, Well e Cagi, per l'acquisizione di Perofil Fashion. Lo ha reso noto la società in seguito al completamento della determinazione delle poste attive e passive rientranti nell'acquisizione del ramo d'azienda in Perofil Fashion avvenuta il 10 maggio 2017. Il corrispettivo provvisorio comunicato il 18 maggio era di 8 milioni di euro.

LYCRA BRA FABRIC FINDER, LA PIATTAFORMA CHE TROVA IL TESSUTO GIUSTO PER I REGGISENI CASUAL



Casual Bra
for today's lifestyle
SS17 Capsule collection

PIAVIS MATTEA, TVB, ODEON TEXTILE, TIANHUA LACE, LAURA FABRIC/ELASTIC, BRIGNOLINI GIOVANNA, BEST PACIFIC TEXTIL, WILLY HESSEMAN - SUPERFIR, PENN TEXTILE SOLUTIONS, FUNKYJERSEY FABRICS, BOOS TEXTILES, DOGI SPAN SLU

19/07. Si chiama Lycra Bra Fabric Finder la piattaforma con cui Invista, l'azienda americana proprietaria del marchio Lycra, punta a rafforzare la sua posizione nel settore dell'intimo. Più precisamente questa piattaforma è nata per aiutare i designer a selezionare i tessuti ottimali per realizzare reggiseni di tendenza come, ad esempio, i modelli senza ferretto, quelli sportivi, la bralette e la fascia. Nella piattaforma di Invista, gli stilisti innanzitutto identificano il tipo di tessuto più adeguato all'articolo che intendono realizzare sce-

gliendo tra i tessuti Active che assicurano un alto livello di sostegno e un medio livello di comfort; i tessuti Everyday che garantiscono un mix perfetto di comfort e sostegno e i materiali Leisure che forniscono un elevato comfort e un sostegno medio. Una volta selezionata la famiglia di tessuto di proprio interesse possono scegliere tra due tipi di shaping: Natural, per una silhouette più morbida e realistica, e Power per curve più definite. A questo punto, è possibile procedere nella selezione del tessuto certificato più appropriato alle esigenze della collezione e del marchio. Il tessuto viene sottoposto a un processo di test rigorosi per assicurare che risponda ai parametri predeterminati di ogni indice di protezione IP. I produttori che utilizzeranno il Lycra Bra Fabric Finder potranno avvalersi anche delle competenze di Invista per creare nuove collezioni di casual bra, aumentare la soddisfazione della clientela, guadagnare quote di mercato spingendo la fedeltà al marchio, accrescere il medio unitario di vendita al dettaglio e gli acquisti ripetuti migliorando la consumer satisfaction.



PER RICEVERE GRATUITAMENTE LA RIVISTA
INTIMO RETAIL E LA NEWSLETTER SETTIMANALE

CLICCA QUI

SENSITIVE FABRICS: PRONTA LA COLLEZIONE READY TO WEAR FW 2018-19



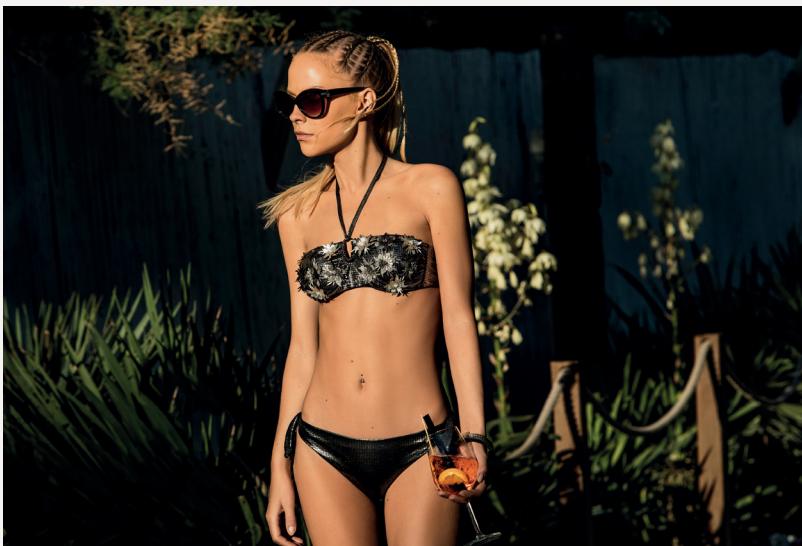
19/07. A Première Vision, in scena a Parigi dal 19 al 21 settembre, il marchio Sensitive Fabrics by Eurojersey presenterà la collezione di tessuti ready to wear FW 2018-19. La linea spazia dagli articoli ideali per confezionare capi dal look formale in versione business, a quelli dallo stile urban-chic, fino agli articoli più glamour e femminili. Protagonisti della prossima stagione sono le stampe camouflage e il mix di stampe guidate dal gusto del colore, dai disegni Madras, pied-de-poule e dagli effetti pelle. Spalmature e lamine effetto metallico si aggiungono a resinature e pigmenti délavé. La stampa digitale si fa interprete di effetti texture dalla resa tridimensionale grazie all'impiego della stampa 3D e di particolari riproduzioni come leather e délavé ottenute dalla stampa Technosolid. La collezione ready to wear FW 2018-19 propone anche i tessuti Sensitive Bonded suggeriti in tinta unita, bicolor con colori a contrasto, o con primo layer stampato e il secondo in tinta unita.

CC ISLAND: NELLA COLLEZIONE SS 2018 ANCHE CAPI EASY TO WEAR



19/07. Per l'estate 2018, il marchio beachwear CC ISLAND prosegue nella ricerca di nuovi materiali e nuove stampe realizzate dall'ufficio stile dell'azienda. La collezione SS 2018 è completata da una linea di t-shirt, camicie, felpe e bermuda.

VERDISSIMA PRESENTA SUNSET LA SERIE CHIC E SENSUALE PER L'ESTATE 2018



19/07. Sunset è la nuova linea beachwear realizzata da Verdissima per l'estate 2018. Si tratta di una collezione che propone bikini o trikini dall'allure sensuale e ultra chic con dettagli scintillanti e preziosi che rendono i capi ideali da indossare anche durante i party più glamour. Fil rouge dei costumi Sunset è l'effetto metal dato dall'uso di lamé, lurex o dettagli iridescenti. Tutti gli articoli sono realizzati con tessuti che sono il frutto di un'attenta ricerca stilistica. Per rendere ancora più preziosa e accattivante l'offerta, ciascun capo sarà proposto in una mini shopper in morbido tessuto gold metal con dettagli black. Ai retailer che scelgono Sunset, invece, Verdissima propone in omaggio una "power bank" personalizzata con la texture del capo di punta della collezione, per ricaricare il proprio smartphone anche in spiaggia.

LA PERLA: MEGHA MITTAL (ESCADA) SAREBBE INTERESSATA ALLA MAISON

18/07. In base a quanto indicato dall'agenzia di analisi finanziaria Mergermarket, l'imprenditrice indiana Megha Mittal, attiva nel settore delle acciaierie con la società Mittal, vorrebbe comprare il marchio di lingerie La Perla. Secondo i rumors riportati anche da *Il Sole 24 Ore* del 17 luglio ma smentiti dalla società La Perla, l'obiettivo di Megha Mittal è sviluppare sinergie con il brand fashion Escada di cui è già proprietaria. Per il momento si tratta di indiscrezioni. Già nei mesi scorsi si era vociferato di una possibile acquisizione della maison italiana da parte del gruppo Calzedonia, ma Silvio Scaglia, proprietario di La Perla, aveva smentito di voler vendere l'azienda. Questa volta, però, non si è espresso personalmente.



ANTARES PUNTA SU INNOVA, IL TESSUTO DI NUOVA GENERAZIONE



18/07. Si chiama Innova la nuova linea di tessuti performanti firmata Antares. Più precisamente, si tratta di un progetto sviluppato nel segno della sostenibilità ambientale e dell'innovazione tecnologica. Con Innova, Antares punta a offrire tessuti su misura di nuova generazione, per rispondere alle esigenze sempre più specifiche dei produttori di abbigliamento, intimo, beachwear e sportswear. La linea, che nasce dalla collaborazione tra Carlo Salomoni, fondatore di Antares, e Fabio Cescon, professionista che vanta una consolidata esperienza nel settore del tessile, è stata presentata a Interfilière Paris.

EMMEBIVI

THE WOMAN COLLECTION



Back to Natural

SUMMER 2018

emmebivi.com