

LINGERIE &amp; BEACHWEAR NEWS

# INTIMORETAIL

## WEEKLY



LA NEWSLETTER PER GLI OPERATORI DI SETTORE - NUMERO 20 - ANNO V - 29 MAGGIO 2017

NEWS DAL 22 AL 26 MAGGIO

**BEACHWEAR AWARD**

SE HAI UN PUNTO VENDITA  
E VUOI CHE I MARCHI CHE  
REPUTI MIGLIORI  
SIANO TRA I FINALISTI

**VOTA ANCHE TU****PER VEDERE LE FOTO**

DEI PRODOTTI CANDIDATI

[CLICCA QUI](#)**PER VOTARE**[CLICCA QUI](#)

**MAGIC BODY FASHION RAFFORZA  
LA SUA PROPOSTA CON TRE NUOVI REGGISENI.** A pag.2


**GRIT SEYMORE, DIRETTORE CREATIVO  
DI WOLFORD, LASCIA L'AZIENDA**

**26/05.** Grit Seymore, direttore creativo di Wolford, lascia l'azienda per motivi personali. La designer aveva assunto l'incarico nel 2014 nell'ambito di un progetto di riposizionamento del brand. Oltre a disegnare le collezioni Wolford, Grit Seymore si è occupata anche delle attività di consulenza per la presenza del brand sul mercato. La sua prima collezione per il marchio austriaco è stata quella della primavera del 2016. Prima di approdare in Wolford, ha lavorato come stilista per brand internazionali come Donna Karan e Max Mara.



**intimidea**  
made in Italy  
SEAMLESS - SENZA CUCITURE  
**ALENA SEREDOVA**

# INTIMORETAIL

## WEEKLY

### RAGNO APRE A ORIOCENTER UN NUOVO STORE MONOMARCA



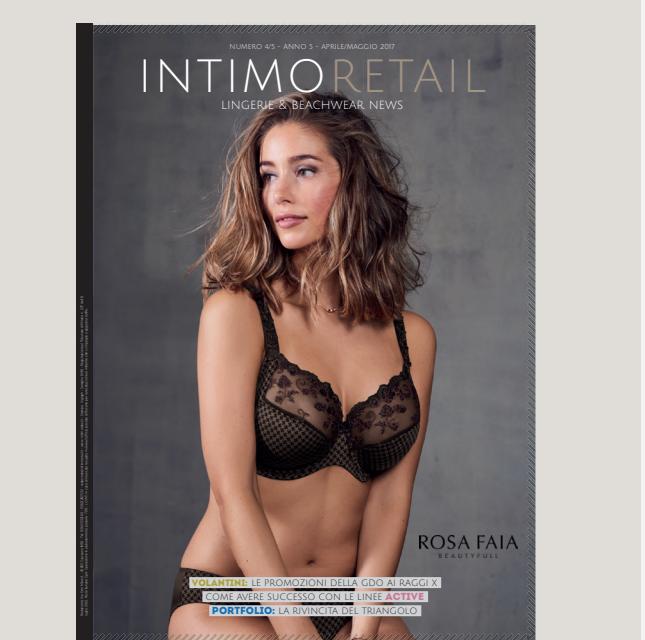
**26/05.** Il marchio Ragno sbarca nel centro commerciale OrioCenter con uno store monomarca. Il punto vendita si sviluppa su una superficie di circa 80 mq e il suo layout è ispirato ai formati più evoluti del fast shopping dove il design espositivo si basa sulla tecnica dell'open selling. Ragno prosegue così la nuova strategia di espansione retail che punta a metrature contenute e a un ambiente elegante, per un format funzionale e contemporaneo. Il

nuovo retail concept è strutturato con l'obiettivo di offrire una customer experience all'insegna dell'accoglienza: elementi di arredo sofisticati, tonalità delicate e un layout espositivo elegante danno vita a un ambiente piacevole e avvolgente. I flagship Ragno raccontano così una storia partita dall'intimo per arrivare ad una proposta lifestyle completa per l'uomo e per la donna. A completare l'ambiente del monomarca di Orio sono stati introdotti salottini di prova, correddati da accessori di design sapientemente studiati per l'esposizione dei capi. Infine, lo studio illuminotecnico è stato realizzato con lampade a sospensione con sorgente luminosa a Led che dona luce allo spazio mentre il fronte vetrine è stato completato da un monitor professionale verticale dedicato al Digital Signage.

### LA BOUTIQUE PASSIONI DI FASANO (BR) PORTA IN PASSERELLA MISS PUGLIA



le collezioni beachwear SS 2017 firmate Miss Bikini e Gavien' e ha fatto da cornice alla premiazione della modella che gareggerà per rappresentare l'Italia a Miss Mondo. Anna Colucci e Sante Saponaro, titolari del punto vendita, hanno infatti organizzato la sfilata in collaborazione con l'organizzazione Miss Mondo. Una giuria composta da alcuni rappresentanti delle istituzioni locali ha conferito il titolo di Miss Puglia a Elena Maggi che, il prossimo 15 giugno a Gallipoli in provincia di Lecce, contenderà alle vincitrici delle altre regioni il titolo di Miss Italia per Miss Mondo. Il punto vendita Passioni di Fasano ha aperto i battenti nel 1991. A questo store nel 2012 se ne è aggiunto un altro situato a Savelletri, frazione di Fasano vicino al mare.



**SFOGLIA ○ SCARICA**  
**IL NUMERO DI APRILE/MAGGIO**

### MAGIC BODY FASHION RAFFORZA LA SUA PROPOSTA CON TRE NUOVI REGGISENI

**25/05.** Magic Body Fashion presenta tre nuovi reggiseni: i modelli Wing, Va-Va-Voom e Backless Beauty. Il primo è una fascia a balconcino senza schiena, ideale da indossare con gli abiti con scollature profonde. L'utilizzo del silicone adesivo all'interno delle coppe e delle fasce laterali consente di mantenere il reggiseno stabile, mentre grazie al materiale liscio il capo risulta invisibile anche con gli abiti più aderenti. Il modello Va-Va- Voom Bra, invece, è un reggiseno adesivo senza spalline e completamente senza schiena con una leggera imbottitura che crea un effetto push up rafforzato dalla chiusura a coulisse. Il silicone adesivo all'interno assicura che il reggiseno rimanga in posizione tutto il giorno. Inoltre per aumentare il comfort e per regolare il reggiseno migliorando l'effetto push up, l'area del capezzolo è mantenuta in silicone. Il modello Backless Beauty vanta coppe realizzate in un materiale sottile e leggero con un silicone adesivo all'interno delle coppe, ad eccezione dell'area del capezzolo. Il fermaglio per la chiusura anteriore svolge un'azione push-up e consente di mantenere separati i due seni.



# INTIMORETAIL

## WEEKLY

### LEVANTE LANCIA IL CONTEST #CHEDONNASEI



**24/05.** Il 17 maggio il marchio Levante ha lanciato il contest #Chedonnasei. L'iniziativa, dedicata a tutte le donne che hanno un account Facebook o Instagram, prosegue fino al prossimo 18 settembre e permette alle prime tre classificate di diventare le protagoniste della campagna Levante FW 2017. Semplice la dinamica dell'operazione: innanzitutto è necessario accedere al sito di Levante [www.levantegroup.com](http://www.levantegroup.com) e compilare il form di registrazione. Quindi occorre mettere "Mi piace" alla pagina di Facebook "Levante Italian Luxury" e seguire l'account Instagram @levanteitalianluxury. Dopo essersi registrate, per tutta la durata del contest le partecipanti potranno pubblicare sulla loro bacheca di Facebook, oppure di Instagram, foto in cui raccontano le loro passioni e la loro vita, in base al tema assegnato, contrassegnandole con l'hashtag #chedonnasei e taggando in ogni condivisione la pagina Levante (@levanteitalianluxury). Le prime tre donne che avranno ricevuto il maggior numero di like sulle foto condivise saranno protagoniste della campagna pubblicitaria autunnale 2017 di Levante. Le prime 100 donne che avranno ricevuto il maggior numero di like sulle foto, invece, condivise diventeranno Ambassador of Style di Levante. In entrambi i casi, saranno conteggiati e ritenuti validi solamente i like ricevuti entro le ore 23:00 del 18 settembre 2017.

### ORIOCENTER: APRE IL 25 MAGGIO LA NUOVA ESTENSIONE DI 35MILA MQ

**24/05.** La nuova estensione di 35mila mq del centro commerciale Oriocenter verrà inaugurata giovedì 25 maggio alle 19.00. Sale così a 105mila mq la superficie complessiva del polo dello shopping che diventa il mall più grande d'Italia. All'interno della nuova area trovano posto 80 nuovi punti vendita. Di questi, il 40% opera nel settore della moda, abbigliamento e intimo, il 20% in quello della ristorazione, il 15% nella cura della persona. Seguono il tempo libero (8%), le calzature (5%) e l'elettronica (4%). L'attenzione si è concentrata sui marchi di alta gamma come Emporio Armani, Coach, Hugo Boss, Baldinini, Michael Kors, Furla, Weekend di MaxMara, Twin Set, Elisabetta Franchi, Lacoste, LivianaConti, &Other Stories e T-Trussardi. Per questa estensione, Finser, la società del gruppo Percassi, proprietario del centro commerciale, ha sostenuto un investimento di 100 milioni di euro, di cui 80 milioni sono stati rilevati da Commerzbank.



PER RICEVERE GRATUITAMENTE LA RIVISTA  
INTIMO RETAIL E LA NEWSLETTER SETTIMANALE

[CLICCA QUI](#)

### VOUCHER: BORGHI (FEDERMODA) "SERVE UNA SOLUZIONE CONCRETA E LEGALE IN TEMPI RAPIDI"



**24/05.** Con l'arrivo dell'estate e il boom dei lavori stagionali si torna a parlare di voucher che, in passato, venivano utilizzati anche dalle imprese del commercio, del turismo e dei servizi per remunerare i lavoratori occasionali. In merito alla vicenda, in una nota stampa Confcommercio ribadisce la necessità di "prevedere subito un nuovo strumento pur rafforzato nei controlli e verificato attraverso la tracciabilità piena con una piattaforma dedicata. [...] Rimane però fondamentale rendere accessibile alle imprese di tutte le dimensioni, non solo fino a cinque dipendenti e con un tetto di 5.000 euro annui per impresa, la possibilità di remunerare legittimamente quelle attività occasionali che oggi non hanno alternative efficaci". La vicenda dei voucher coinvolge anche quanti operano nel commercio della moda, per questo Renato Borgi, presidente di Federazione Moda Italia auspica che il Governo trovi quanto prima una soluzione in merito, senza limitarsi a una semplificazione del lavoro intermittente. «A distanza di oltre due mesi dalla 'rottamazione' dei voucher, urge una soluzione valida per tutti. Anche nel nostro settore le prestazioni saltuarie e occasionali servono a far fronte a emergenze improvvise non solo dei punti vendita di piccole dimensioni ma anche di quelli più strutturati e organizzati. Serve uno strumento concreto e legale per rispondere con efficacia a situazioni impreviste come, ad esempio, particolari picchi di lavoro, manifestazioni fieristiche e campionari. Il nostro lavoro non può permettersi un vuoto normativo o strumenti che non rispondono pienamente alle esigenze di tutte le imprese. Riteniamo che vada fatto uno sforzo sull'operatività, la tracciabilità, la semplificazione ed il controllo per garantire una soluzione definitiva».

## 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)



# INTIMORETAIL

## WEEKLY

### LE BON MARCHÉ SCEGLIE IL MARCHIO BONJOUR ET BONNE NUIT PER L'EVENTO "L'ITALIE"



**24/05.** Il marchio di pigiameria di alta gamma Bonjour et Bonne Nuit sbarca nel noto store parigino Le Bon Marché Rive Guache. Infatti, la collezione permanent del brand, nella sua completezza di colore e linee, rappresenterà l'Italia durante l'evento "L'Italie" in scena nel grande magazzino da settembre a ottobre. Per sei settimane, a partire dai primi giorni di settembre, su una superficie di 1.200 mq, il Made in Italy contemporaneo, frutto del lavoro di artisti, designer, artigiani e giovani aziende sarà celebrato e presentato alla clientela francese negli spazi di uno dei più celebri templi dello shopping. Bonjour et Bonne Nuit è un marchio nato da un'idea di Cristina Novati che ha voluto proporre una collezione fashion e iconica, senza tempo e colorata, disegnata per un pubblico che cerca un capo Made in Italy e di qualità.

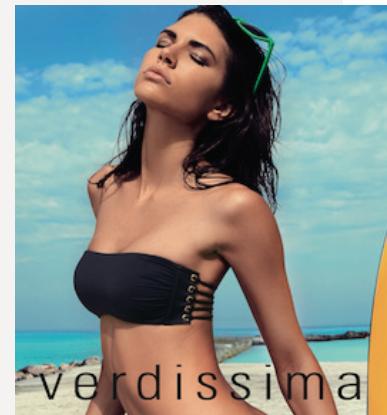
### TRIACTION BY TRIUMPH PARTECIPA A RIMINI WELLNESS INSIEME A FLUIBALL



lo stand 107 situato nel padiglione A5. Gli appuntamenti sono realizzati in partnership con Fluiball, il marchio Made in Italy della palla medica. In uno spazio di 100 mq trainer e appassionati di fitness potranno scoprire le novità di prodotto e partecipare a sessioni di Circuit Training, a classi dedicate a piccoli gruppi e studiate con esercizi ad hoc per approfondire tematiche diverse. Il programma prevede anche attività fitness specifiche solo per il pubblico femminile. Inoltre, per tutta la durata della manifestazione, sul palco centrale del padiglione A5, i trainer Fluiball proporranno lezioni di fitness con l'utilizzo della famosa palla medica. Triauction by Triumph presenterà invece la sua proposta sportswear con reggiseni sportivi in grado di offrire elevate prestazioni e comfort, senza rinunciare allo stile.

### INTIMA MODA: NEL PRIMO TRIMESTRE 2017 RICAVI A +5%

**23/05.** Intima Moda, il gruppo modenese nato negli anni 70 e attivo sul mercato con i brand Verdissima e SièLei ha chiuso il primo trimestre del 2017 con una crescita del 5% rispetto allo stesso periodo del 2016. Un risultato in linea con le performance registrate a fine 2016: l'anno si è chiuso con un giro d'affari di oltre 20 milioni di euro e un incremento del 5% rispetto al 2015. Nel primo trimestre 2017 risulta positivo anche l'export che registra una crescita a doppia cifra grazie anche alla Russia che torna a essere un partner commerciale di riferimento. Sul fronte dei singoli brand, per Verdissima, il sell-in delle collezioni underwear e nightwear A/I 17-18 segna un +11% sul valore delle medesime collezioni 2016-17. Per il quarto anno consecutivo, la linea mare registra un incremento significativo dei capi venduti: +30% rispetto alla stessa stagione del 2016. Segno positivo anche per le vendite dei quattro store di proprietà nei quali, oltre alle collezioni Verdissima, è disponibile anche un'ampia selezione di prodotti lifestyle nel pieno rispetto del mood del brand. Per la piattaforma e-commerce verdissima.it i risultati del primo anno di esercizio sono in linea con le aspettative. Anche SièLei, il brand di intimo e corsetteria dedicato al canale ingrosso, ha confermato un andamento positivo: nella campagna vendite delle collezioni invernali A/I 17-18 gli ordini sono aumentati del 47% rispetto alla contro stagione.



### OYSHO SBARCA ANCHE A TORINO



**22/05.** Oysho, l'insegna spagnola che fa capo a Inditex Group, specializzata nella vendita di pigiameria, homewear e abbigliamento active, rafforza la sua presenza in Italia e apre il suo primo store a Torino. Situato in via Roma, al civico 354, nel centro della città, il punto vendita si sviluppa su una superficie di 360 metri quadrati organizzati su due piani e quattro vetrine. Con questa apertura sale a 47 il numero di negozi Oysho in Italia, mentre nel mondo l'insegna conta 638 punti vendita.