



ChiarAmore®



LINGERIE & BEACHWEAR NEWS

INTIMORETAIL

WEEKLY

ChiarAmore®



LA NEWSLETTER PER GLI OPERATORI DI SETTORE - NUMERO 08 - ANNO IX - 1 MARZO 2021

DARIO CASALINI (OSCALITO) FIRMA IL SAGGIO "VESTIRE BUONO, PULITO E GIUSTO"

26/02. Uscirà nelle librerie il 3 marzo, il saggio "Vestire buono, pulito e giusto" di Dario Casalini, amministratore delegato di Oscalito. Edito da Slow Food Editore e con una prefazione a firma di Carlo Petrini, il libro delinea una nuova idea di Slow Fashion: l'imprenditore piemontese, infatti, è certo che declinare il buono, pulito e giusto re-

lativamente ai canoni di bellezza estetica e utilità pratica della moda è necessario, non solo possibile. Con questo saggio Casalini si impegna nel ricercare e nel delineare un nuovo paradigma

che possa unire la bellezza, a una sostenibilità a tutto tondo che abbracci e protegga l'ambiente quanto la filiera produttiva e i suoi protagonisti, compresi i consumatori. Il saggio è anche una guida pratica per un consumatore consapevole affinché sappia compiere scelte buone, pulite e giuste cominciando dal guardaroba.



NEWS DAL 22 AL 26 FEBBRAIO



SENSITIVE FABRICS PRESENTA LE TRE ANIME DELLA COLLEZIONE INTIMO P/E 2022

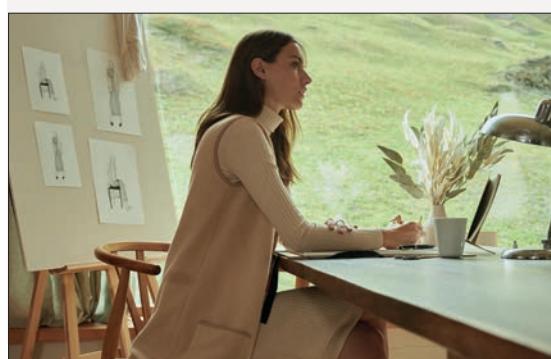
26/02. Per la P/E 2022, la collezione intimo Sensitive Fabrics by Eurojersey, affianca lo stile glamour e romantico, alle influenze country. Sono tre i temi intorno ai quali ruota la collezione P/E 2022: Cottage Core, Vibrant Vacay e Backyard Florals. La prima è una tendenza romantica che nasce da una conversazione tra visione contemporanea e nostalgia classica, pervasa da uno stile country chic dal sapore British.

Fantasie e colori del vecchio mondo in un mix and match di disegni cachemire e stampe 3D effetto macramè, diventano parte integrante di un movimento visivo, che va dai toni rosati ai colori più naturali della campagna inglese. Vibrant Vacay, invece, è il trend della collezione che propone lo stile nomade, dalla gioiosa singolarità e carico di tutti i suoi simboli, come un "carnet de voyage" che si arricchisce giorno dopo giorno in un iter estetico attraverso stampe floreali e nuove riproduzioni vichy. Infine, Backyard Florals dà forma a un affascinante incrocio tra passato e contemporaneità con richiami ottocenteschi che strizzano l'occhio a stampe effetto pizzi e merletti. Stampe floreali delicate e a volte più astratte si uniscono sui tessuti Sensitive Fabrics per un nightwear più cult ed elegante.



CALIDA

WORKEVERYWEAR BORN IN SWITZERLAND



INTIMIDEA LANCIA UNA LINEA EFFETTO PIZZO, LEGGERA E A BASSO IMPATTO AMBIENTALE

25/02. Per la sua nuova collezione, Intimidea ha scelto un tessuto effetto pizzo, particolarmente leggero, dal look accattivante. La gamma propone una canotta a spalla stretta abbinabile a uno slip midi classico. Per realizzare questa linea Norman Group, proprietario del marchio, ha utilizzato filati di ultima generazione, riducendo il peso dei capi del 34% rispetto alle produzioni tradizionali: se infatti solitamente una canotta a spalla stretta in microfibra pesa 73 grammi, il nuovo capo Intimidea, in versione pizzo e senza cuciture, pesa 48 grammi. Grazie all'impiego di questi filati, la linea non è solo più morbida e delicata sulla pelle, ma riduce drasticamente gli scarti a fine vita prodotto. Adoperare meno tessuto/filato è un tentativo di limitare la quantità di materiale che andrà nelle discariche una volta terminata la vita del prodotto. Intimidea, che già da tempo punta al comfort dei suoi capi seamless, core business di Norman Group, con la nuova collezione aggiunge alla sua attività l'impegno per lo sviluppo di un nuovo modello produttivo, meno impattante e più centrato sull'uso consapevole delle risorse ambientali. Sul fronte dello stile e del fitting, la serie si distingue per i disegni delicati, una paletta colori classica che include il nero e il bianco, una vestibilità morbida con taglie dalla S/M, M/L ed L/XL.



VARCOTEX PUNTA I RIFLETTORI SULLE LINEE DI CARTELLINI GREEN

25/02. Varcotex, azienda specializzata nella produzione di cartellini, etichette tessute, stampate e in pelle, concretizza il proprio impegno nell'ambito della sostenibilità con articoli realizzati con carte green. All'interno della proposta eco friendly firmata Varcotex si distinguono i modelli Mov, Concreto e la linea Soya. Il primo è un cartellino sviluppato a partire da una carta composta al 50% da erba, come alternativa alla cellulosa; Concreto, invece, è realizzato in carta riciclata, composta al 40% da fibre di cotone post consumo e al 15% da residui della lavorazione tessile del cotone. La linea Soya si compone invece di cartellini realizzati con carta composta al 25% da residui della lavorazione del cuoio e della pelletteria e dal 40% da fibre post consumo. Il settore delle carte green

è particolarmente vasto e comprende le carte ecologiche e riciclate, provenienti dal riutilizzo della carta da macero, e le carte definite upcycling che si originano dal riutilizzo di materiali di recupero, non derivanti dallo sfruttamento di alberi e presentano una composizione piuttosto eterogenea. Le più classiche contengono fibre di cotone, ma è possibile trovare carte ottenute dal riciclo di scarti agro industriali, come residui di agrumi, uva, ciliegie, lavanda, mais, olive, caffè, kiwi, nocciole e mandorle. Anche i residui della lavorazione del cuoio e della pelletteria sono impiegati, in sostituzione della cellulosa, per creare carte

cuoio adatte per packaging e labelling di lusso.



DAL 2012 AL 2020 NEI CENTRI STORICI HANNO CHIUSO OLTRE 19MILA NEGOZI (-14,6%)

24/02. Tra il 2012 il 2020 in Italia hanno chiuso i battenti oltre 77mila attività di commercio al dettaglio (-14%) e circa 14mila imprese di commercio ambulante (-14,8%): le prime sono passate da 551.317 a 474.241; mentre le seconde da 93.810 a 79.957. Questi sono alcuni dei dati che emergono dall'analisi dell'Ufficio Studi di Confcommercio sulla "Demografia di impresa delle città italiane" che analizza, in particolare, i dati relativi a 110 comuni di medie dimensioni capoluoghi di provincia (o ex capoluoghi) e 10 comuni non capoluogo più popolosi. Proprio in merito a queste due tipologie di centri urbani, l'indagine rivela che dal 2012 al 2020 il trend relativo alle chiusure delle attività commerciali, in sede fissa o ambulante, è pressoché analogo al dato nazionale: -14,6% per i punti vendita, il cui numero è passato da 135.386 a 115.561 attività; -18,7% per gli ambulanti, passati da 21.874 imprese a 17.786. In particolare, dal 2012 al 2020 si è verificato un cambiamento del tessuto commerciale che verrà ulteriormente enfatizzato dagli effetti provocati dalla pandemia: se per il commercio in sede fissa, tiene in una qualche misura la numerosità dei negozi di base come gli alimentari (-2,6%) e quelli che, oltre a soddisfare bisogni primari, svolgono nuove funzioni, come le tabaccherie (-2,3%), crescono invece in modo significativo i punti vendita di tecnologie e comunicazioni (+18,9%) e le farmacie (+19,7%), ma risultano in calo il numero delle altre tipologie di punti vendita che lasciano i centri storici per i centri commerciali o per le zone periferiche. Le riduzioni variano dal 17%, relativo al settore dell'abbigliamento al 25,3% per libri e giocattoli, dal 27,1% per mobili e ferramenta fino al 33% per le pompe di benzina. Inoltre, la pandemia ha acuito alcune tendenze e ne ha modificate altre: nel corso del 2021, infatti, secondo l'analisi dell'Ufficio Studi di Confcommercio nei centri storici dei 110 capoluoghi di provincia e in altre 10 città di media ampiezza, oltre ad un calo ancora maggiore per il commercio al dettaglio (-17,1%), si registrerà per la prima volta nella storia economica degli ultimi due decenni anche la perdita di un quarto delle imprese di alloggio e ristorazione (-24,9%). Tra le attività di vendita al dettaglio, nei centri storici il canale dedicato all'abbigliamento potrebbe perdere 4.238 store (-19,9%).



INTIMORETAIL

WEEKLY

CAMPAGNA TV PER LA PIGIAMERIA FIRMATA NACSHUA PHILOSOPHY

24/02. La pigiameria a marchio Nacshua Philosophy va in Tv. Dallo scorso 21 febbraio è on air su La7 lo spot Tv dedicato alla collezione SS 2021 del marchio, mentre a marzo sarà la volta di Canale 5. Il brand Nacshua Philosophy è nato nel 2013 dall'iniziativa di Nunzio Mormone che, dopo aver svolto per 35 anni l'attività di agente, collaborando con alcune delle migliori aziende italiane del settore intimo, ha deciso di avviare una propria produzione di pigiameria. L'azienda non è nuova a investimenti pubblicitari di forte impatto: lo scorso gennaio, ad esempio, ha avviato una campagna di affissioni a Milano. Dal 2013 a oggi, Nacshua Philosophy ha progressivamente aumentato la sua offerta: inizialmente, infatti, le collezioni proponevano solo articoli donna. La proposta SS 2021, invece, include anche una linea per bambino e una per bambina, mentre con l'autunno/inverno 2021, Nacshua avrà anche la pigiameria uomo e alcuni capi homewear, soprattutto tute per donna, uomo e bambini. Una particolarità del marchio è l'attenzione particolare verso alcune problematiche del mondo femminile: tutti gli articoli Nacshua Philosophy, infatti, hanno stampato all'interno una frase contro il femminicidio.



FIMAST: IN SCENA A OTTOBRE IL SALONE DEDICATO ALLA FILIERA DELLA CALZETTERIA

23/02. Si terrà al Brixia Forum di Brescia, dal 19 al 22 ottobre 2021, la V edizione di Fimast, la fiera B2B internazionale biennale dedicata alla filiera della calzetteria. Organizzato da Italian Exhibition Group, l'evento mostrerà l'eccellenza tecnologica e tutte le novità dal vivo, dai macchinari ai filati al prodotto finito. Il Brixia Forum si trova proprio nel cuore dei due distretti italiani noti per il settore meccanotessile e le tecnologie complementari (Brescia), e per filati e calzifici (Mantova). Per gli operatori italiani e internazionali, la V edizione di Fimast sarà la prima occasione. A Brescia ci sarà spazio per le novità di prodotto, come il seamless, che guarda all'intimo del settore tecnico sportivo, o la knitted shoe, "scarpa calza" punto d'incontro tra calzaturiero e calzifici, o le soluzioni per il segmento sanitario. In uno scenario in rapida e continua evoluzione, il format

affiancherà alla presenza in fiera di espositori e buyer italiani ed esteri anche Fimast Connect, piattaforma avanzata di business matching per agevolare il contatto con gli operatori internazionali impossibilitati a raggiungere l'Italia per le eventuali restrizioni alla mobilità ancora in essere. Già a partire dal mese di aprile, Fimast



Connect offrirà una vetrina online per presentare le proprie novità sui mercati internazionali: le aziende potranno organizzare webinar, presentazioni e incontri di formazione. L'evento, inoltre, darà spazio anche all'aggiornamento professionale, grazie alla partnership con il Centro Servizi Calza (CSC) e l'Associazione Distretto Calza e Intimo (A.D.I.C.I.) che approfondiranno gli scenari industriali ed economici del meccanotessile.

SFOGLIA O SCARICA
IL NUMERO DI GENNAIO/FEBBRAIO

SFOGLIA O SCARICA
LO SPECIALE CORSETTERIA

ROSA FAIA PRESENTA LA SERIE COLETTE, IL LATO SENSUALE DELL'A/I 2021



22/02. Nella collezione Rosa Faia FW 2021 si distingue la nuova serie Colette. Ispirata alla scrittrice omonima, ribelle e sicura di sé nella vita e in amore, la nuova serie è contraddistinta da un sensuale pizzo giapponese: i fiori in elegante oro e delicato lilla risaltano sul nero, mascherati dalla rete allover filigranata. Nei modelli con ferretto e big cup, il pizzo in diversi colori impreziosisce la parte superiore della coppa; nel reggiseno spacer, invece, incornicia le coppe. In tutti i modelli della serie Colette, il pizzo prosegue sulle spalline che sono foderate in un materiale ultrasoffice e sono più larghe all'aumentare della taglia, mentre sul dorso il resistente powertulle offre un sostegno ottimale. Sul fronte del fitting, nei reggiseni con ferretto la vestibilità è rafforzata dall'azione combinata del pizzo elastico su tulle trasparente nella parte superiore della coppa con un morbido profilo al décolleté. Il reggiseno Colette senza ferretto, invece, con le sue morbide e leggere coppette spacer avvolge il seno dolcemente e in modo sicuro. Il generoso décolleté a triangolo dona a questo articolo un tocco in più di sensualità.