



LINGERIE & BEACHWEAR NEWS

INTIMORETAIL

WEEKLY



LA NEWSLETTER PER GLI OPERATORI DI SETTORE - NUMERO 25 - ANNO V - 3 LUGLIO 2017



I FINALISTI

MIGLIOR PRODOTTO BEACHWEAR

Anita, Chantelle, Maryan Mehlhorn,
Verdissima

MIGLIOR INNOVAZIONE DI PRODOTTO

Chantelle, Maryan Mehlhorn,
Rosa Faia, Sunflair

MIGLIORE STAMPA/FANTASIA

Chantelle, Lise Charmel,
Maryan Mehlhorn, Parah

MIGLIOR PACKAGING

Bikini mi.ma, Miss Bikini, Verdissima

MIGLIORE INIZIATIVA DI PARTNERSHIP

Chantelle, Lise Charmel,
Maryan Mehlhorn, Sunflair

MIGLIOR PROMOZIONE CONSUMER

Anita, Triumph, Verdissima

MIGLIOR CAMPAGNA PUBBLICITARIA

Lise Charmel, Triumph, Verdissima

MIGLIOR CAMPAGNA NEW MEDIA

Luna Italia, Sunflair, Verdissima

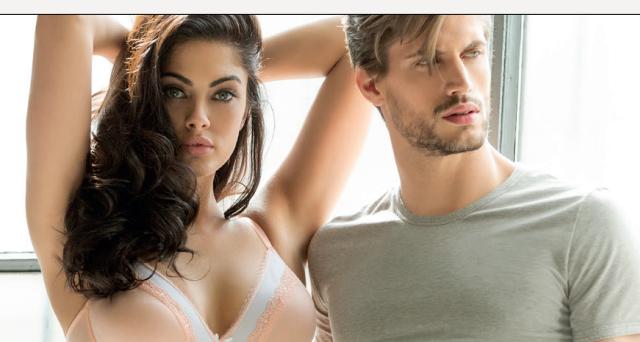
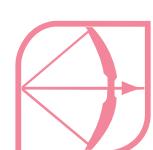
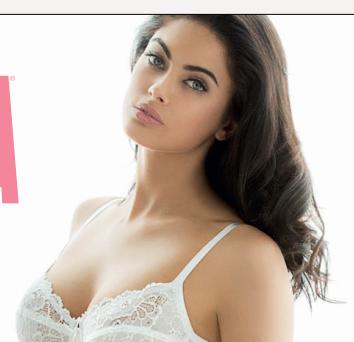
NEWS DAL 26 AL 30 GIUGNO



**SANS COMPLEXE ARRICCHISCE
LA SUA CORSETTERIE CON DUE LINEE LISCE.** A pag 3

SALDI ESTIVI: ATTESO UN FATTURATO COMPLESSIVO DI 3,5 MLD DI EURO

30/06. I saldi estivi dovrebbero generare un fatturato complessivo di 3,5 miliardi di euro. Secondo le stime dell'Ufficio Studi di Confcommercio, infatti, su 25,9 milioni di famiglie, saranno 15,6 quelle che approfitteranno dei saldi estivi per rinnovare i loro guardaroba. Ogni famiglia mediamente spenderà 230 euro per l'acquisto di capi d'abbigliamento, calzature, pelletteria, accessori ed articoli sportivi. La spesa procapite invece sarà di 99 euro. Renato Borghi, presidente di Federazione Moda Italia così ha commentato l'inizio della stagione dei saldi: «Nonostante il gran caldo di questi mesi, i consumi sono stati piuttosto tiepidi e i segnali di ripresa di cui si parla tanto sono ancora troppo flebili e poco avvertiti soprattutto dal dettaglio moda multibrand [...]. Un giudizio sull'esito finale di questa stagione di saldi dovrà necessariamente tener conto delle intollerabili anticipazioni degli sconti lanciati in primo luogo dalle catene e dai potenti monomarca. Non ci stancheremo mai di segnalare azioni di concorrenza sleale alle autorità competenti: non c'è niente di peggio che scrivere leggi e regole il cui rispetto non può essere garantito».



COTONELLA
www.cotonella.com


INTIMORETAIL

WEEKLY

FORNITURE MILITARI RAGNO LANCIA UNA CAPSULE PER L'A/I 2017

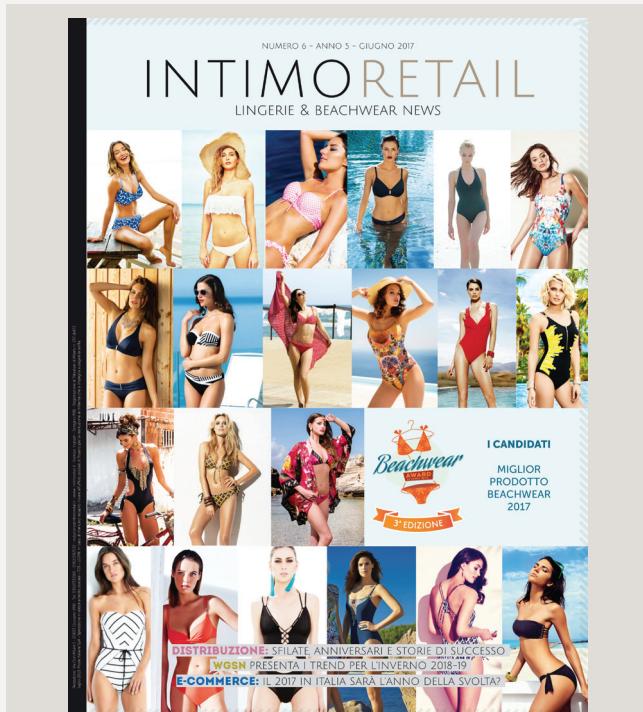


30/06. Per l'A/I 2017, Forniture Militari Ragno ha realizzato una capsule collection di boxer e slip in cotone elasticizzato, dalla mano morbida, e caratterizzata da un alto contenuto moda. I capi della linea sono destinati a un pubblico giovane, attento alle tendenze del fashion. Grazie ad alcune personalizzazioni come l'elastico logato o l'inserimento di grafiche e fantasie accattivanti gli elastici sono i veri protagonisti della capsule, disponibile in una gamma di quattro colori: blu, bianco, nero e verde militare.

ROICA BY ASAHI KASEI SCEGLIE MAGLIFICIO RIPA PER IL PROGETTO CLEAN FIT



ropa Maglificio Ripa. I tessuti realizzati con elastomero Roica Clean Fit sono destinati soprattutto al confezionamento di capi activewear e underwear, garantiscono un controllo antiodore e una notevole durata nel tempo. Roica Clean Fit a Interfiliere sarà presentato in uno spazio speciale denominato Roica Lab situato all'interno dell'innovativo hub Asahi Kasei. «Si tratta di un progetto innovativo in cui crediamo molto. Infatti abbiamo già sviluppato una gamma unica di cinque tessuti dedicati alle performances sportive e all'underwear», spiega Luca Bianco, amministratore unico di Maglificio Ripa.



SFOGLIA O SCARICA
IL NUMERO DI GIUGNO

TOLLEGNO HOLDING CHIUDA IL 2016 A 156 MLN DI EURO (+4%)

28/06. Per Tollegno Holding, la società italiana che affianca alla divisione filati e tessuti Tollegno 1900, una divisione prodotto a cui fanno capo i marchi Ragno e Julipet, ha chiuso il 2016 con un fatturato consolidato di 156 milioni di euro (+4%). Il fatturato aggregato 2016 è di 176 milioni di euro, contro i 170 milioni di euro dell'esercizio precedente. Risultati positivi sono confermati anche dal valore dell'Ebitda che risulta in linea con l'anno precedente. Lincoln Germanetti, amministratore delegato di Tollegno Holding, così ha commentato i risultati: «Siamo molto orgogliosi di questa performance, in Italia nel comparto tessile la nostra azienda è uno dei pochi esempi di filiera integrata. Il nostro principale obiettivo è esportare la tradizione tessile biellese in tutto il mondo con un prodotto di qualità eccellente, soddisfacendo i nostri clienti attraverso una struttura giovane con un forte orientamento ai cambiamenti e all'innovazione».

INTIMORETAIL

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

Direttore responsabile
Davide Bartesaghi
Redazione
via Don Milani, 1 20833

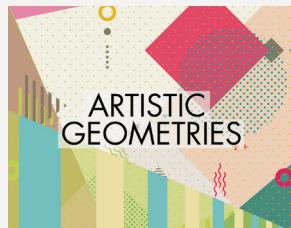
Giussano (MB) Tel 0362.332160
www.intimoretail.it
redazione@intimoretail.it

Direttore commerciale
Marco Arosio -
arosio@intimoretail.it

INTIMORETAIL

WEEKLY

MARE D'AMARE: PRONTI I TREND DELLE COLLEZIONI MARE SS 2018



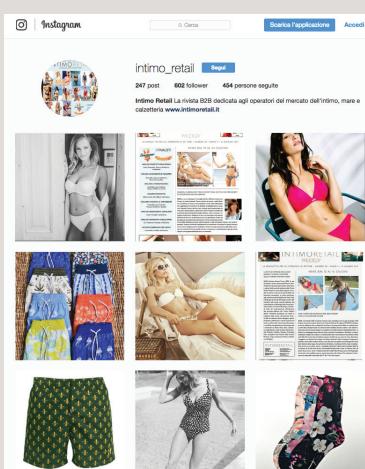
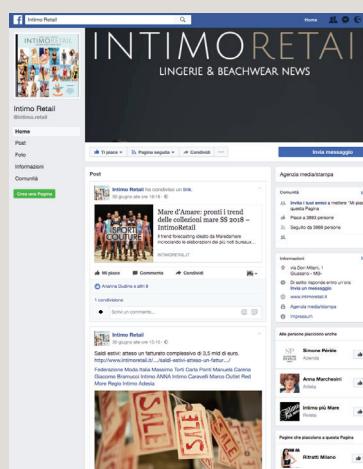
27/06. Per l'estate 2018, il trend forecasting ideato da Maredamare incrociando le elaborazioni dei più noti bureaux des tendances con le creazioni dei marchi del settore mostrano quattro grandi temi: Powerful rainforest, Artistic

geomestries, Hippie boho e Sport couture. Nel primo, le stampe propongono fantasie floreali e faunistiche dai toni saturi. I capi diventano vere e proprie tele d'autore. Artistic geometries è, invece, l'elogio degli elementi grafici e dei disegni geometrici: micro e macro motivi sapientemente dosati conferiscono dinamismo ai tessuti. Hippie boho è il tema che dà forma allo spirito avventuriero. La paletta colori di questo trend enfatizza le nuance delle terre bruciate dal sole. Le stampe gipsy si affiancano a fantasie astratte, a righe e a motivi floreali. Il mix and match è un elemento distintivo di questo trend: gli accostamenti a volte sono soft, altre volte più audaci. Infine, l'ispirazione Sport couture si contraddistingue per i tagli semplici ed essenziali dei costumi da bagno. Le grafiche minimali, i color block e gli all over sono quasi impercettibili, in questo trend in primo piano ci sono i tessuti, particolarmente performanti.

SEGUICI ANCHE

SU **facebook**

E **Instagram**



PER RICEVERE GRATUITAMENTE LA RIVISTA
INTIMO RETAIL E LA NEWSLETTER SETTIMANALE

[CLICCA QUI](#)

SANS COMPLEXE ARRICCHISCE LA SUA CORSETTERIE CON DUE LINEE LISCE



26/06. Con la P/E 2018, Sans Complexe lancia le sue prime due linee di corsetteria liscia: Essential Fit e Lift Up. Entrambe le serie propongono un reggiseno con ferretto, un modello a fascia e uno spacer. I capi sono disponibili nelle taglie dalla 3° alla 7° con uno sviluppo coppe che arriva alla F per Essential Fit e alla E per la linea Lift Up. I capi della serie Essential Fit, disponibili in nudo e nero, aderiscono al corpo come una seconda pelle. Il comfort e il sostegno sono garantiti da alcuni accorgimenti: le spalline con fantasia sono molto larghe e particolarmente morbide, il davantino vanta una struttura incrociata asimmetrica, mentre la lavorazione in tulle sulla schiena dona leggerezza e femminilità. Lift Up è invece una serie giovane ed elegante con elastici e spalline in microfibra morbida. Coppe minimal, lavorazione con due materiali, giochi di trasparenza ed elementi grafici caratterizzano i capi di questa linea proposta nelle tonalità skin e blu.