



LINGERIE &amp; BEACHWEAR NEWS

# INTIMORETAIL

## WEEKLY



LA NEWSLETTER PER GLI OPERATORI DI SETTORE - NUMERO 41 - ANNO VIII - 16 NOVEMBRE 2020

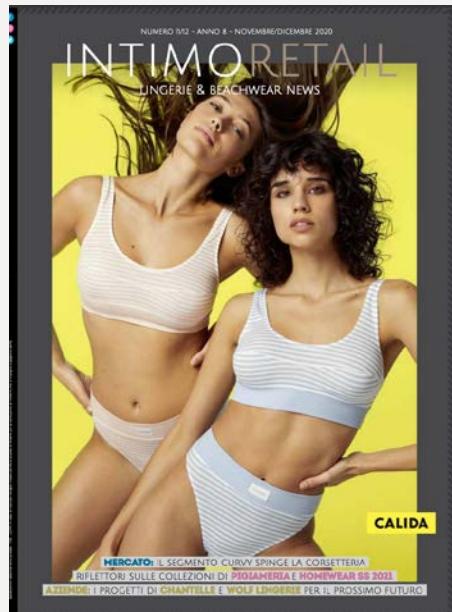
### CONFININDUSTRIA MODA CHIEDE DI INSERIRE NEL DL RISTORI ANCHE I PUNTI VENDITA DI INTIMO, MAGLIERIA, CAMICIE, CALZATURE E ACCESSORI

**13/11.** Confindustria Moda esprime il suo disappunto in merito al DL del 9 novembre 2020, n.149, noto come "Decreto Ristori". In particolare, all'associazione non piace l'esclusione dai fondi previsti dal DL di "alcune attività commerciali importanti per la vendita di prodotti per la persona". Confindustria Moda si riferisce all'esclusione delle attività che coincidono con i codici Ateco del commercio al dettaglio di biancheria personale, maglieria, camicie (4771.30) e del commercio al dettaglio di calzature e accessori (4772.20). "Questa esclusione danneggia ulteriormente le aziende italiane del tessile e del calzaturiero, che già fronteggiano una situazione economica particolarmente critica", si legge in una nota stampa diffusa venerdì 13 novembre da Confindustria Moda. "È cruciale emendare il testo della legge affinché tutte le categorie possano continuare a vendere i propri prodotti, sia per tutelare l'occupazione e la sopravvivenza delle aziende, sia per assicurare un approvvigionamento di beni essenziali alla persona". È necessario non tralasciare alcun possibile canale commerciale per tutelare tutto il settore nel complesso, in quanto il tessuto economico di Confindustria moda è prevalentemente composto da piccole e medie imprese fortemente interconnesse, che creano la filiera integrata a monte e a valle che ci contraddistingue nel mondo, conclude la nota.

### NEWS DAL 9 AL 13 NOVEMBRE

### È IN DISTRIBUZIONE IL NUMERO DI NOVEMBRE/DICEMBRE DI INTIMO RETAIL

**13/11.** Nel numero di novembre/dicembre di *Intimo Retail*, l'intervista di copertina è dedicata al marchio Calida che nel 2021 celebra il suo 80° anniversario. Janine Weiz-Bühler, director Brand & Product dell'azienda svizzera, illustra le iniziative in programma per il prossimo anno e i risultati raggiunti con l'innovativa linea 100% Nature. Nello stesso numero la rubrica Mercato punta i riflettori sulla corsetteria curvy: l'articolo, oltre a illustrare i vantaggi che questa categoria di prodotto garantisce ai punti vendita del canale, mostra anche l'evoluzione che questo settore sta vivendo a fronte anche del movimento di Body positive. Il numero di novembre/dicembre di *Intimo Retail* dedica spazio anche alle esperienze di due imprenditrici del canale: Dea Pasetti, titolare della boutique milanese Goydea, racconta i risultati raggiunti con le dirette Facebook; mentre Ildebranda Milone, titolare di Milone Abbigliamento, ricorda i 60 anni di attività del suo punto vendita che a fine anno chiude i battenti. Per quanto riguarda invece le preview della prossima stagione estiva, le rubriche portfolio Trend & Novità sono dedicate, rispettivamente, alle collezioni di calzini donna e alle linee di pigiameria e homewear.



SFOGLIA O SCARICA  
IL NUMERO DI  
NOVEMBRE/DICEMBRE

# Oscalito

1936

# INTIMORETAIL

## WEEKLY



### È ONLINE IL NUOVO SITO INTERNET DELL'AZIENDA TESSILE E. BOSELLI

**13/11.** È online da giovedì 12 novembre, il nuovo sito web dell'azienda tessile E. Boselli ([www.boselli.it](http://www.boselli.it)): un progetto completamente rinnovato che guida l'utente in un approfondimento sull'azienda, la sua storia, la sua offerta e i metodi di produzione. Inoltre, il nuovo sito internet di E. Boselli permette anche una interazione tra fisico e digitale, evoluzione che il contesto sanitario e socio-economico ha contribuito ad accelerare. La nuova piattaforma può considerarsi, infatti, anche uno strumento di lavoro, poiché offre a clienti, partner e fornitori supporto e soluzioni nella progettazione di una collezione. Grazie a un'ampia disponibilità di colori, jacquard e tessuti suddivisi per categorie d'uso e collezioni stagionali, è possibile consultare e scaricare le schede tecniche, controllarne in tempo reale la disponibilità, scegliere con cura i tessuti e aggiungerli in una wishlist per ricevere una campionatura.



### NASCE LINGERIE CONNECT, LA VERSIONE DIGITAL DEL SALON INTERNATIONAL DE LA LINGERIE

**12/11.** L'edizione 2021 del Salon International de la Lingerie e di Interfilière Paris sarà digital. Più precisamente, dal 23 gennaio fino al 21 febbraio 2021 sarà online la piattaforma Lingerie Connect, mentre per Interfilière Connect l'appuntamento è fissato dal 25 gennaio al 5 febbraio 2021. Con le nuove piattaforme, rinnovate e

migliorate, gli operatori del mercato avranno la possibilità di connettersi con i principali player dell'industria della lingerie, dei tessuti e degli accessori per l'abbigliamento intimo visionando le collezioni FW 2021-22. Lingerie Connect e Interfilière Connect prevedono anche una ricca agenda di webinar formativi e informativi focalizzati sulle innovazioni, le nuove tendenze e i nuovi comportamenti di acquisto dei consumatori. La decisione di

Eurovet di lanciare le due piattaforme in sostituzione del Salon International de la Lingerie e di Interfilière Paris nasce a fronte di un contesto sanitario ancora dominato dall'emergenza e dall'impossibilità di organizzare eventi e manifestazioni.



2

### IN ITALIA LA RETE DEL VALORE DELL'E-COMMERCE GENERA RICAVI PER 58,6 MLD

**12/11.** In Italia nel 2020, la rete del valore dell'e-commerce e del digital retail genera ricavi per circa 58,6 miliardi di euro. Nell'ambito del privato, è uno dei settori che nel 2019, con oltre 290mila lavoratori e 678mila imprese, ha incrementato maggiormente il proprio peso relativo sul fatturato complessivo delle imprese italiane, con un'incidenza del 19,2% sulla crescita del giro d'affari totale. I segmenti che hanno registrato i trend migliori sono la fabbricazione dei prodotti chimici (+32,8%), il commercio al dettaglio (+18,1%), la fabbricazione di materiali e apparecchiature Nca (+17,8%) e la ristorazione (+9,2%). Sono questi alcuni dati emersi dal report presentato da [Netcomm](#), realizzato in collaborazione con The European House – Ambrosetti, intitolato "Il ruolo e il contributo dell'e-commerce e del digital retail alla crescita e alla trasformazione digitale".

La ricerca ha ricostruito il perimetro del settore partendo dai valori di bilancio 2015-2019, evidenziando i dati relativi all'occupazione e alla distribuzione del fatturato a livello regionale. Il perimetro dell'indagine considera tanto gli attori del macro-settore formato da marketplace, retailer online (B2C e B2B) e brand owner, quanto la rete di business partner che "abilitano" il settore del commercio elettronico (servizi integrati per la presenza web, piattaforme pubblicitarie online, attività di customer care, packaging e logistica). Le imprese della rete del valore dell'e-commerce rappresentano il 34% del totale delle imprese di capitali in Italia (1,9 milioni) e sono equamente distribuite sul territorio. Più del 46% del fatturato di queste è concentrato nel Nord Ovest, con la Lombardia in testa alla classifica con 22,2 miliardi di euro (39%), seguita, a lunga distanza, dal Lazio con 5,3 miliardi di euro. Meno della metà del giro d'affari è stato generato da imprese di grandi dimensioni (43,9%), seguono le piccole imprese con il 22,2%, le medie imprese con il 18,8% e le microimprese per il 15,1%. La rete ha inciso profondamente sulla crescita dell'occupazione italiana con un contributo del 6,7% sul totale, pari a 290mila occupati. Il settore legato agli acquisti online in Italia nel 2020 genera un incremento di ricavi per 3,5 miliardi di euro (+6,3% sul 2019, un trend decisamente più contenuto rispetto al tasso medio del +18% degli ultimi 5 anni). Quasi il 70% degli operatori del segmento, ossia i merchant (gli operatori che offrono prodotti e servizi) e i brand owner (distributori di prodotti di marca che hanno attivato strategie e canali di vendita diretta online) e il 60% delle aziende che forniscono servizi alla filiera (business partner) prevede di rafforzare la propria forza lavoro nel 2020. Tra gli occupati nel 2019, 154mila sono impiegati nel macro-settore delle vendite online (con una crescita annua del 12% tra il 2015 e il 2019) e 136mila nell'aggregato dei servizi a supporto (con un tasso di crescita media del 14,2%).



# INTIMORETAIL

## WEEKLY

### DA NINJA ACADEMY UN CORSO GRATUITO DI DIGITAL MARKETING

**11/11.** Prende il via il 13 novembre e prosegue fino al prossimo 24 novembre il ciclo di incontri "12 Digital Days Challenge" dell'agenzia Ninja Academy. L'iniziativa, completamente gratuita, è dedicata a commercianti, imprenditori, ristoratori, gestori di palestre, albergatori, parrucchieri ed estetisti e si sviluppa in 12 lezioni che consentono di acquisire conoscenze e competenze in materia di digital strategy e digital advertising necessarie per la promozione dei propri prodotti e servizi; per imparare a utilizzare in maniera professionale i principali social media e per sfruttare la tecnologia con l'obiettivo di automatizzare l'operatività di marketing. Per ottenere il massimo risultato dalle attività di marketing digitale, durante il corso "12 Digital Days Challenge" i professionisti di Ninja Academy illustreranno le tecniche di scrittura più efficaci per il web. Con questa iniziativa, Ninja Academy vuole dare il suo contributo a favore di quelle categorie professionali più in difficoltà in un momento delicato e difficile come quello attuale, mettendo a loro disposizione il suo know how. Ognuna delle 12 lezioni gratuite ed è stata ideata per condensare nozioni teoriche e case history reali. È possibile partecipare a tutte le lezioni oppure seguire solo quelle di proprio interesse. Per iscriversi cliccare [qui](#).



tura più efficaci per il web. Con questa iniziativa, Ninja Academy vuole dare il suo contributo a favore di quelle categorie professionali più in difficoltà in un momento delicato e difficile come quello attuale, mettendo a loro disposizione il suo know how. Ognuna delle 12 lezioni gratuite ed è stata ideata per condensare nozioni teoriche e case history reali. È possibile partecipare a tutte le lezioni oppure seguire solo quelle di proprio interesse. Per iscriversi cliccare [qui](#).

### DETTAGLI LAMÉ ED EFFETTI SHINE NELLA LINEA DI CALZINI SS 2021 PHILIPPE MATIGNON

**10/11.** Con la collezione di calzini primavera/estate 2021, Philippe Matignon rende questi articoli accessori di primo piano di ogni outfit. Per la prossima stagione la parola d'ordine di Philippe Matignon è brillare: i calzini sono ricchi di effetti shine e applicazioni gioiello, così come di tessuti cangiante e punti luce. La collezione è stata realizzata con filati come il cotone, la viscosa, il tulle e con dettagli lamé. La collezione Philippe Matignon SS 2021 include anche la linea ispirata a San Valentino dove motivi di cuori si alternano a righe posteriori e a dettagli in lurex. Infine, nella collezione di calzini per la prossima primavera/estate il brand offre anche i salvapiedi, per i quali ha pensato a un'ampia gamma di colori e fantasie.



## 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



### CONFESERCENTI RICORRE AL TAR: NO ALLA CHIUSURA DEI NEGOZI NEI CENTRI COMMERCIALI DURANTE IL WEEKEND



**10/11.** Confesercenti ha presentato un ricorso al Tar del Lazio contro la chiusura durante il weekend dei negozi situati all'interno dei centri commerciali della zona Gialla stabilita dal DPCM del 3 novembre 2020. Per l'associazione, si tratta di "un provvedimento contraddittorio e gravemente penalizzante, che non rispetta i principi di adeguatezza e proporzionalità e che si accanisce solo ed esclusivamente su una porzione di esercenti commerciali, scelti in modo del tutto arbitrario, perché stabilisce la chiusura dei negozi solo sulla base della dislocazione. Negozi della stessa tipologia, all'esterno dei centri commerciali, potranno infatti rimanere aperti", si legge in una nota stampa diffusa da Confesercenti il 10 novembre. La chiusura dei negozi nei centri commerciali potrebbe essere anche controproducente sotto il profilo della sicurezza. Nell'istanza presentata dall'associazione al tribunale amministrativo del Lazio Confesercenti infatti scrive: "La chiusura solo di alcuni esercizi determinerebbe un proporzionale rischio di maggiore affollamento presso quelli che vendono i medesimi prodotti e rimangono aperti, determinando anche, sotto il profilo concorrenziale, il correlativo spostamento di clientela, in ipotesi anche definitivo, da un esercizio costretto a rimanere chiuso ad altro esercizio che vende gli stessi prodotti ma rimane aperto, con un concreto rischio di perdita di avviamento". "Non si tratta di entrare nel merito delle scelte governative ma di contestare sotto più profili la violazione dei limiti e criteri imposti dallo stesso legislatore e, in definitiva, l'irrazionalità della misura. Per questo chiediamo l'immediata sospensione del provvedimento", commenta la presidente nazionale di Confesercenti Patrizia De Luise. "Avevamo già annunciato l'intenzione di ricorrere al Tar, con l'obiettivo di ribadire che va garantita l'equità tra le imprese, e che anche quelle di minori dimensioni debbano essere rispettate. I provvedimenti adottati dal governo con gli ultimi DPCM e con i due Decreti Ristori contengono incongruenze e gravi dimenticanze. Un pasticcio che si sarebbe potuto evitare se i rappresentanti delle imprese fossero stati preventivamente ascoltati. L'odierna azione è stata decisa proprio in quanto non è stato possibile avere una efficace interlocuzione preventiva sulle misure".



Creazioni BIPBIP srl - Via Gallarate 50 - 21010 Bessate VA - +39 331 274126 - [www.bipbip.it](http://www.bipbip.it) - [home@bipbip.it](mailto:home@bipbip.it)



*Made in Italy*

