



LINGERIE & BEACHWEAR NEWS

INTIMORETAIL WEEKLY



LA NEWSLETTER PER GLI OPERATORI DI SETTORE - NUMERO 02 - ANNO VIII - 20 GENNAIO 2020

LOVABLE FIRMA TRE LINEE PER LA FESTA DI SAN VALENTINO

17/01. Reine de Coeur, Daily Glam e Seductive Range sono le tre linee Lovable che il marchio del Gruppo HanesBrands propone per la festa di San Valentino. Una collezione che, grazie alle diverse proposte di modellistiche e al range taglie/coppe, è in grado di soddisfare diverse esigenze di fitting. La linea Reine de Coeur risulta

particolarmente sensuale per il tulle color rosè e la stampa a cuori rossi che si mescolano e giocano sul tessuto nude. Nella serie è disponibile il reggiseno con ferretto e il triangolo soft, da abbinare allo slip. Nella linea Daily Glam il pizzo torna a essere il vero protagonista. Questa serie propone tre varianti di reggiseno, ferretto, bralette imbottita e balconette imbottita, da abbinare a

slip o brasiliano. Infine, per la festa di San Valentino, Lovable propone anche una linea total black dove un raffinato pizzo e la microfibra si intrecciano con il tulle per un sensuale gioco di trasparenze. La linea Seductive Range propone diverse versioni di reggiseno, per valorizzare ogni silhouette: con ferretto, balconette imbottita con intrecci, da abbinare a slip o perizoma.



NEWS DAL 13 AL 17 GENNAIO



**LUREX TULLE E LAMÉ NELLA COLLEZIONE SS 2020
DEL MARCHIO AQUAVIVA - PAG. 2**

PROSEGUE FINO AL 31/10/2020 LA CIGS PER 65 DIPENDENTI LA PERLA

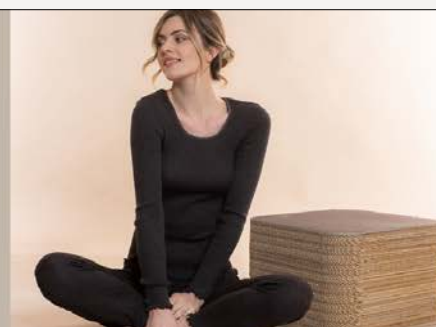
16/01. Prosegue fino al 31 ottobre 2020 il trattamento di Cassa Integrazione Straordinaria per alcuni dipendenti di La Perla. La decisione è stata presa nel corso dell'incontro, finalizzato alla stipula dell'accordo governativo di cui all'art.44 del Decreto legge 109/2018, che si è svolto il 13 gennaio al ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali con La Perla. Al termine del meeting, l'ammortizzatore sociale è stato rinnovato "senza soluzione di continuità, fino a concorrenza dei 12 mesi concedibili". L'intesa raggiunta riguarda complessivamente 65 dipendenti: 58 per La Perla Manufacturing, operativi nelle linee uomo e ready to wear, e sette per La Perla Global Management UK Limited, impegnati soltanto nella ready to wear. L'Agenzia Regionale per il Lavoro dell'Emilia-Romagna, nell'impossibilità di essere presente all'incontro, ha inviato una nota ufficiale in cui ha confermato [gli impegni già assunti il 30 ottobre scorso](#) riguardo le misure di "politiche attive legate all'attivazione dell'ammortizzatore sociale".



65

ChiarAmore®
by Moretta

www.moretta.biz



INTIMORETAIL

WEEKLY



SFOGLIA O SCARICA
IL NUMERO DI GENNAIO

LUREX TULLE E LAMÉ NELLA COLLEZIONE SS 2020 DEL MARCHIO AQUAVIVA

16/01. Il paesaggio della Baia di Nerano, nota località della Costiera Amalfitana, è l'ispirazione principale del marchio beachwear Aquaviva. Ideato da una giovane stilista, ghost designer, il brand propone bikini e costumi interi, versatili, eleganti, raffinati e sensuali che possono essere indossati sia in spiaggia sia come veri e propri capi di abbigliamento che valorizzano la silhouette. Made in Italy, realizzata artigianalmente con tecniche sartoriali e materiali di qualità, la collezione SS 2020 di Aquaviva si sviluppa in tre linee che prendono il nome del tessuto utilizzato per confezionare i capi: Tulle, Lurex e Lamé. Nella prima serie, il tulle crea giochi di luci e ombre. La gamma propone modelli pensati per rendere ogni donna sensuale, ma sempre raffinata, grazie agli inserti trasparenti che scoprono le forme del corpo femminile, creando un gioco di vedo e non vedo. Si basa invece sul nero e sulla tonalità dell'argento, la serie Lurex che si ispira e richiama i riflessi del sole e lo scintillio dei granelli di sabbia. Infine, la linea Lamé rosa e celeste propone i due colori insieme, come un'unica nuance che vibra: il riflesso del tessuto lamé al sole richiama i colori del mare al tramonto ed esalta la bellezza della pelle abbronzata.



CHANTELLE LINGERIE: BILANCIO POSITIVO PER I "FITTING DAY" 2019



14/01. Sono stati moderatamente soddisfatti i 30 retailer che dal Nord al Sud del Paese hanno aderito ai fitting day di Chantelle Lingerie, in scena negli ultimi due weekend di novembre (23-24 novembre e 30 novembre - 1° dicembre), in concomitanza, cioè, del Black Friday. In ogni punto vendita, mediamente, a questi eventi hanno partecipato 60 consumatrici, mentre il numero medio di articoli venduti è di 35 capi per il marchio Chantelle e di 17 per Passionata. Nonostante i volumi siano stati leggermente inferiori rispetto al 2018, per i dettaglianti che hanno aderito a questa operazione, i fitting day si sono rivelati un'occasione per movimentare il sell out. In termini generali, ad aver registrato i riscontri migliori sono stati soprattutto i punti vendita situati nelle regioni del Nord Italia. In alcune città, le condizioni meteorologiche avverse hanno influito sull'andamento dell'operazione. Ormai da qualche stagione, i fitting day sono diventati un appuntamento fisso per la maison francese, per i suoi partner del dettaglio tradizionale e per la clientela finale dei punti vendita. Come da tradizione, quindi, anche per l'evento che si è svolto lo scorso novembre, i retailer hanno organizzato una o più giornate in cui proponevano in promozione i capi Chantelle e Passionata FW 2019. Queste giornate solitamente sono accompagnate da momenti di convivialità e ogni acquisto viene premiato con un gadget: per il 2019 sono state proposte shopper logate e pochette. Da qualche stagione, inoltre, per reclamizzare l'operazione i retailer utilizzano i social media, in particolare Facebook e Whatsapp. Rispetto al primo, Chantelle Lingerie ha inviato ai suoi partner materiali digitali studiati per l'operazione.



INTIMORETAIL WEEKLY

LA PIGIAMERIA SENSIS SBARCA IN ITALIA CON ITALIAN SALES MANAGEMENT (ISM)



15/01. Sensis, marchio polacco specializzato nella produzione di capi nightwear e homewear, fa il suo ingresso nel mercato italiano: l'azienda ha infatti siglato un accordo di distribuzione esclusiva con la società ISM – Italian Sales Management. Dal prossimo febbraio, la collezione FW 2020-21 del brand sarà già disponibile in un numero selezionato di agenzie. Uno dei punti di forza di Sensis è rappresentato dal rapporto qualità/prezzo delle sue collezioni. Con l'ingresso di questo marchio nel suo portfolio, ISM porta a sei il numero di brand stranieri che distribuisce sul territorio italiano: Harmony Homewear, Krisline, Anabel Arto, Parfait Lingerie e Moramora.

MAREDMARE LANCIA IL PROGETTO "THE SIGN" INSIEME AL LICEO PORTA ROMANA DI FIRENZE

13/01. The Sign è il nome del nuovo progetto realizzato da Maremdare, per la prossima edizione del salone in scena a Firenze dal 26 al 28 luglio. Più precisamente si tratta di una collaborazione/concorso con il liceo artistico Porta Romana di Firenze: un istituto nato nel 1869 e che, da allora, è un punto di riferimento. A liceo artistico Porta Romana, ad esempio, hanno studiato personalità come Ottone Rosai, Franco Zeffirelli ed Enrico Coveri. Con il programma The Sign, Maremdare punta a stimolare la creatività libera dei giovani studenti a cui è stato chiesto di realizzare nuovi concept di arredamento per i punti vendita multimarca di intimo e beachwear. Nel corso dell'anno gli insegnanti svolgeranno un percorso didattico mirato a realizzare queste soluzioni. La prima lezione introduttiva si è svolta lo scorso 8 gennaio ed è stata tenuta dall'architetto Adriana Genro. A maggio, una giuria specializzata valuterà i vari progetti in base ai criteri di funzionalità, estetica, fattibilità e impatto economico: i tre progetti vincitori saranno svelati il 15 maggio durante una giornata di presentazione dei lavori, dell'iniziativa/concorso promosso da Maremdare, del percorso didattico e di tutto il lavoro svolto. A Maremdare, inoltre, saranno esposti i progetti e video backstage dei ragazzi partecipanti con particolare attenzione per i tre vincitori. Nel corso della manifestazione si terrà inoltre la premiazione degli studenti.



PER RICEVERE GRATUITAMENTE
LA NEWSLETTER INTIMO RETAIL WEEKLY

[CLICCA QUI](#)

PEROFIL PRESENTA IL PROGETTO REVIVE

13/01. L'innovazione e i filati rigenerati o riciclati sono i protagonisti del progetto Revive, ideato da Perofil per celebrare i suoi 110 anni. Cotone rigenerato al 60%, filato Ecolife in cotone misto a poliestere riciclato, nylon Q-Nova sono le fibre tecnologiche che consentono di ottenere tessuti come il jersey, la microfibra e la felpa Revive. La nuova collezione del brand propone capi underwear e loungewear. Slip, boxer e t-shirt in microfibra rigenerata e dal fit moderno sono completate da proposte per il tempo libero in jersey Revive: girocolli, over zippati e pantaloni dal taglio contemporaneo e dai dettagli freschi. Il nero, il blu e le scale dei grigi sono le tinte principali della palette. Tutti i prodotti sono pensati in chiave sostenibile: le cuciture sono realizzate con filo di microfibra rigenerata, le parti elastiche sono in cotone greggio ecosostenibile, la personalizzazione del logo è realizzata con inchiostro ad acqua a zero impatto ambientale e gli elastomeri adottati sono certificati e di qualità premium. Il concetto che anima Revive si esprime anche nell'immagine dei pack e della comunicazione, con confezioni in carta riciclata e di inchiostri ad acqua per la personalizzazione.



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

