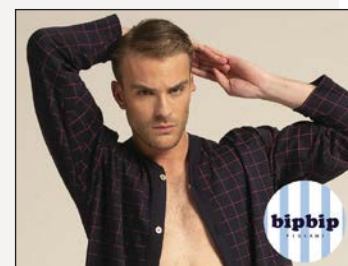


LINGERIE & BEACHWEAR NEWS

INTIMORETAIL

WEEKLY



LA NEWSLETTER PER GLI OPERATORI DI SETTORE - NUMERO 42 - ANNO VIII - 23 NOVEMBRE 2020

NEWS DAL 16 AL 20 NOVEMBRE

AVERY BAKER È LA NUOVA PRESIDENTE E CHIEF BRAND OFFICER DI TOMMY HILFIGER

20/11. Avery Baker è stata nominata Presidente e Chief Brand Officer di Tommy Hilfiger. In questo ruolo, operativo già dal 17 novembre, Baker è responsabile globale dei prodotti del brand, di proprietà di PVH Corporation, del marketing e dell'esperienza di marchio in tutte le categorie, regioni e canali. In Tommy Hilfiger dal 1998, la manager ha ricoperto numerosi ruoli a livello globale, tra cui Chief Marketing Officer e Chief Brand Officer. A metà del 2019 Avery Baker ha lasciato la sua funzione per concentrarsi sulla famiglia, mentre con questa nomina ritorna in azienda, per contribuire attivamente all'evoluzione della società e del brand.



IN FRANCIA SPOPOLA LA PETIZIONE #NOËLSANSAMAZON A FAVORE DEL PICCOLO COMMERCIO - PAG. 3

BORGHI (FEDERMODA): "INUTILE POSTICIPARE IL BLACK FRIDAY. SERVE UNA WEB TAX"

20/11. A pochi giorni [dall'audizione alla X Commissione della Camera dei Deputati](#) dedicata al rilancio del commercio, Renato Borghi, presidente di Federazione Moda Italia torna a chiedere al Governo una web tax "proporzionale ed effettivamente rispondente ai fatturati conseguiti in Italia dalle piattaforme di vendita online". L'occasione è data dalla decisione di Amazon Francia di posticipare il Black Friday al 4 dicembre per permettere al Governo di anticipare di qualche giorno la riapertura dei negozi. Una scelta, quella del colosso americano, che si spiega anche con la bagarre scatenata dalla petizione #NoelSansAmazon lanciata nei giorni scorsi da alcuni esponenti del mondo culturale, politico ed economico francese. Ma per Borghi, "Sentire parlare, in questo momento, delle strategie di marketing dei colossi del web che prosperano con le nostre difficoltà, ci infastidisce molto. Si parli piuttosto di introdurre una web tax proporzionale ai ricavi effettuati nel nostro Paese [...]. In primis per una questione di democrazia economica. Poi, perché i nostri negozi di moda sono chiusi nelle zone rosse e hanno subito un drammatico calo delle vendite nelle altre zone dove sono state inibite tutte le possibilità di relazioni, con musei, cinema, teatri, feste e cerimonie sospesi. [...] È vero che fare sconti in piena stagione significa intercettare l'onda mediatica dell'evento, alleggerire il magazzino della merce acquistata dieci mesi fa e avere liquidità per pagare dipendenti, affitti, tasse, costi fissi, utenze e fornitori, ma significa anche rinunciare a margini, spesso di sopravvivenza".

**bipbip**
PIGIAMI

INTIMORETAIL WEEKLY

CONFESERCENTI COMMENTA LA CAMPAGNA #NOELSANSAMAZON: "GARANTIRE UNA REALE CONCORRENZA"

20/11. Anche Confesercenti ha preso posizione in merito alla campagna "Natale senza Amazon" avviata in Francia con l'hashtag #NoëlSansAmazon e sottoscritta da decine di personalità francesi, tra cui la sindaca di Parigi Anne Hidalgo. "Il rischio è che le restrizioni anti-Covid penalizzino i negozi fisici a favore del gigante dell'e-commerce", si legge in una nota stampa diffusa da Confesercenti della provincia di Alessandria. "Questa seconda ondata [di emergenza sanitaria, ndr] sta creando uno squilibrio di concorrenza gravissimo tra i negozi reali e il web: mentre i primi sono chiusi d'ufficio da Governo e Regioni, il canale delle vendite online di fatto agisce e opera in condizioni di monopolio. Un problema serissimo per i negozi, soprattutto in vista del Natale. Il rischio è che il commercio, un settore già in crisi da circa un decennio, venga definitivamente condannato a morte da questo squilibrio. Il problema non è impedire le vendite online, ma rendersi conto della necessità non più differibile di garantire un mercato realmente concorrenziale, nel rispetto del pluralismo distributivo. A maggior ragione nella situazione attuale, che vede le imprese di vicinato chiuse per scelta amministrativa".



LYST: BRALETTE, SPORT BRAS E BOXER TRA I CAPI INTIMI PIÙ CERCATI ONLINE NEL 2020

19/11. Lyst, piattaforma inglese di ricerca di abbigliamento di lusso, ha presentato "Year in fashion 2020", pubblicazione che sintetizza i trend emersi nel mondo della moda durante quest'anno, arricchiti dai dati di ricerca della piattaforma. Lo studio offre anche alcuni dati relativi all'abbigliamento intimo. Nello specifico, secondo Lyst, l'intimo comodo è stato una priorità nel 2020. Ad aprile, le bralette sono state fra gli articoli di lingerie più ricercati sulla piattaforma, con un aumento del 45% su base mensile, mentre le ricerche di coordinati sono aumentate del 120% su base annua. Parallelamente alla crescita di interesse per il loungewear



e gli allenamenti da casa, i reggiseni sportivi sono diventati un articolo per la quotidianità, non più strettamente legato all'activewear, con ricerche in crescita del 40% fra marzo e aprile. Anche i boxer sono cresciuti in popolarità durante il picco del lockdown, registrando un +53% fra marzo e maggio. Tra i brand più richiesti, Lyst indica: Emporio Armani (+56%), Supreme (+55%), Polo Ralph Lauren (+51%), Versace (+48%) e Calvin Klein (+36%). Sul sito Lyst.com, su base annua le ricerche di intimo modellante sono aumentate del 36%. La linea Skims di Kim Kardashian West, lanciata lo scorso anno, ha contribuito a questo risultato: a settembre, quando è uscita la linea premaman del brand, le ricerche di shapewear premaman sono aumentate del 233%. Ma durante quest'anno gli utenti non hanno ricercato solo capi comodi. Secondo Lyst, le visualizzazioni di pagine con lingerie sexy sono state più di 60mila fra marzo e giugno. Le ricerche dei completi sono aumentate del 97% su base mensile fra marzo e aprile.



ATTESO UN TAVOLO PERMANENTE A SOSTEGNO DELLA CATEGORIA DEGLI AGENTI DI COMMERCIO

19/11. Potrebbe essere convocato a breve un Tavolo permanente sulla categoria degli agenti di commercio. A comunicarlo è stato il ministro dello Sviluppo Economico, Stefano Patuanelli lo scorso 16 novembre durante un incontro con le sigle sindacali Fnaarc, FilcamsCgil, FisascatCisl, UglTerziario, Uiltucs e Usarci che rappresentano la categoria degli agenti di commercio. Il ministro Patuanelli ha assicurato che nella manovra di bilancio vi saranno risorse da destinare anche alla categoria che, pur soffrendo non meno di altre per le chiusure decise dal Governo a causa l'emergenza Covid, è stata esclusa da gran parte dei provvedimenti per le imprese in crisi. Nonostante la soddisfazione per il risultato raggiunto, durante l'incontro, le parti sociali hanno manifestato la necessità di dare risposte



concrete il più presto possibile perché gli interventi non possono essere rinviati ulteriormente. In particolare, hanno ribadito il pacchetto di proposte in merito alle quali è necessario un confronto immediato: inclusione degli agenti di commercio in tutti

i provvedimenti di congelamento degli adempimenti fiscali e previdenziali, al pari delle altre categorie; accesso ai ristori per gli agenti di commercio, attraverso il fondo perduto e superando il meccanismo dei Codici Ateco, che esclude chi rifornisce attività chiuse, e delle territorialità utilizzando un significativo arco temporale per valutare i cali di fatturato, tenendo conto delle peculiarità della categoria; immediata emanazione dei pareri dei ministeri vigilanti (ministero del Lavoro e MEF) sulle richieste delle parti sociali di erogare, tramite Fondazione Enasarco, e da quest'ultima già deliberati, ulteriori 18 milioni di euro di contributi a fondo perduto e le anticipazioni del FIRR -fino al 30% - per un totale di circa 525 milioni di euro di cui 175 immediatamente disponibili. A seguito dell'incontro, le organizzazioni firmatarie degli Accordi Economici Collettivi della categoria, hanno ribadito con una lettera le loro richieste al ministro Patuanelli sottolineando l'urgenza della convocazione del Tavolo.

IN FRANCIA SPOPOLA LA PETIZIONE #NOËLSANSAMAZON A FAVORE DEL PICCOLO COMMERCIO

18/11. #NoëlSansAmazon (#natalesenzaamazon) è l'hashtag o meglio l'impegno lanciato in Francia, attraverso una petizione, da esponenti del mondo politico, culturale, economico insieme a numerose associazioni di categoria. Nel testo i membri del Collettivo #NoëlSansAmazon, di cui fanno parte, tra gli altri, anche la sindaca di Parigi e la Confédération des commerçants de France, si rivolgono a Babbo Natale per chiedere provvedimenti e leggi contro la piattaforma la cui attività danneggia l'economia nazionale. Dai firmatari, infatti, Amazon viene definita "società predatrice

di posti di lavoro"; "predatrice del commercio" e "predatrice della terra". I firmatari si impegnano quindi a trascorrere un #NoëlSansAmazon, senza cioè una società "che è esente da imposte in Francia e in molti dei nostri vicini europei, non paga nemmeno l'IVA, mentre realizza un fatturato di 77 miliardi di euro solo in Francia. [Un Natale] senza questa società, che pretende

di aiutare le piccole imprese francesi a vendere di più, quando applica una commissione del 15% su ogni vendita e le società francesi rappresentano solo il 4,7% dei 210.000 venditori registrati su Amazon.fr". La petizione, però, non è solo un'accusa contro Amazon, ma è anche un invito ai francesi a rivolgersi ai "negozi locali, a quelli in città e nei centri cittadini [...]". Fortunatamente, esistono alternative ad Amazon per un e-commerce responsabile, come i dispositivi "click & collect" collegati ai commercianti locali e alle piattaforme locali di shopping online [...]. La petizione si conclude con la richiesta di un regalo particolare a Babbo Natale: il collettivo #NoëlSansAmazon chiede "Leggi che vietano la costruzione di nuovi magazzini giganti. Leggi che mettono fine alla concorrenza sleale e all'ingiustizia fiscale tra i giganti digitali e le imprese fisiche e locali [...]. Leggi che finalmente tassano gli enormi profitti di Amazon, i cui proventi potrebbero essere utilizzati per costituire un fondo per mantenere le imprese locali. Leggi che sono utili alla nostra economia [...]".

EUROJERSEY LANCIA LA COLLEZIONE SYMBIOTIC, DEDICATA ALLE LINEE ACTIVEWEAR

17/11. Eurojersey presenta Symbiotic, la proposta che racchiude tutti i tratti distintivi dei tessuti Sensitive Fabrics dedicata al mondo activewear. Indicati per l'allenamento e la tonificazione muscolare in tutti gli sport questi tessuti abbinano qualità a flessibilità e protezione. I tessuti della linea Symbiotic Sensitive Fabrics assecondano i movimenti grazie all'intrinseca elasticità della costruzione tessile brevettata. Fra le caratteristiche principali di questi tessuti spiccano la vestibilità, la leggerezza, la traspirabilità, la durata nel tempo: aiutano a muoversi con sicurezza, in tutte le condizioni atmosferiche, grazie alla termoregolazione e alla protezione dai raggi UV paragonabile a una crema solare 50+. Inoltre, con la tecnologia Embossing, con i tessuti Sensitive Fabrics è possibile coniugare qualità e texture in rilievo: la loro superficie ultrapiatta e l'alta memoria elastica permettono di creare con questa tecnica immagini e disegni a rilievo attraverso l'applicazione di calore e pressione. Grazie a questa tecnologia, i tessuti Symbiotic Sensitive Fabrics un effetto tridimensionale senza compromettere le performance tecniche.



DA REGIONE LOMBARDIA 167 MLN DI EURO DI INDENNIZZI PER LE IMPRESE, COMMERCIO INCLUSO

17/11. Ha un valore di 167 milioni di euro il pacchetto di indennizzi che la Giunta di Regione Lombardia ha approvato il 17 novembre con l'intento di integrare gli ultimi interventi emergenziali del Governo. Più precisamente, il provvedimento è a favore di imprese, lavoratori e categorie più fragili e si articola in quattro differenti misure: "Sì! Lombardia – Sostegno Impresa Lombardia"; Credito Ora; Dote Unica Lavoro e Indennizzi per i cittadini più bisognosi. I provvedimenti deliberati con "Sì! Lombardia – Sostegno Impresa Lombardia" sono rivolti alle micro imprese (fino a 10 dipendenti e 2 milioni di euro di fatturato) e ai lavoratori autonomi, con partita IVA individuale non iscritti al Registro delle imprese, appartenenti alle filiere produttive che più risentono delle restrizioni imposte per contenere la diffusione del virus Covid-19. Per queste attività, individuate attraverso i codici Ateco, è previsto uno stanziamento complessivo di 54,5 milioni di euro. Le agevolazioni consistono nella concessione di un contributo a fondo perduto una tantum a titolo di indennizzo per la situazione di particolare disagio, senza vincolo di rendicontazione di spese connesse. Rientrano tra le attività che possono beneficiare di questi provvedimenti i punti vendita di abbigliamento e



calzature, ma anche "Esercizi commerciali al dettaglio in sede fissa (di dimensioni non superiori agli esercizi di vicinato di cui al d.lgs 114/1998), del settore non alimentare, con sede all'interno di centri commerciali". [Per approfondire consulta la pagina dedicata.](#)

La misura "Credito Ora", invece, è destinata anche alle attività storiche. Con questo provvedimento, Regione Lombardia mette a disposizione 22 milioni di euro. [Per approfondire consulta la pagina dedicata.](#) È previsto inoltre il rifinanziamento della misura [Credito Adesso Evolution](#), per ulteriori 25 milioni di euro. [Dote Unica Lavoro](#), invece, è dedicata ai lavoratori autonomi senza partita Iva, privi di qualunque forma di sostegno del reddito e rimasti esclusi dai "decreti ristoro" del Governo. Prevede un contributo di 1.000 euro attraverso la partecipazione al sistema di politiche attive regionali della Dote Unica Lavoro (DUL). Lo stanziamento iniziale complessivo ammonta a 40 milioni di euro. Infine, Regione Lombardia ha approvato indennizzi per i cittadini più bisognosi: la misura definisce uno stanziamento complessivo di 22 milioni di euro in favore dei cittadini attivi che, a causa della chiusura delle proprie attività, sono entrati nella fascia di povertà e non hanno ricevuto i ristori previsti dal Governo.

INTIMORETAIL WEEKLY



SFOGLIA
O SCARICA

IL NUMERO
DI NOVEMBRE-DICEMBRE

LA COLLEZIONE DI LINGERIE ANTIGEL SS 2021 È ROMANTICA E SEXY

17/11. La collezione di lingerie P/E 2021 firmata Antigel è romantica e sexy: due modi di essere apparentemente inconciliabili, ma che invece convivono nella quotidianità delle giovani donne di oggi, a cui sono dedicate queste proposte. La proposta del brand per la prossima stagione estiva si distingue, inoltre, per la creatività, così come per i valori di inclusività e durata dei capi. Il lato romantico di Antigel è sintetizzato nelle linee Mots Doux e Fraîcheur Tropic. La serie Mots Doux esplicita l'attenzione del marchio per la qualità e per i particolari: è una linea elegante che utilizza tulle multifilo di madreperla stampato tono su tono con graziose iscrizioni. Fraîcheur Tropic invita, invece, a viaggiare, grazie alle fantasie utilizzate. Si tratta di una gamma con articoli di corsetteria particolarmente confortevoli, con una palette colori che combina il verde e il blu su sfondo madreperlato con sfumature di grigio, viola e un tocco di verde acido. Nella collezione SS 2021, il lato sexy di Antigel vuole essere giocoso e spiritoso. Questo mood si declina in toni umoristici e teneri per la linea Scénario Pois, mentre sensualità e creatività



sono predominanti nella serie Zèbre Rebelle. La linea Scénario Pois è particolarmente femminile, ideale per le occasioni come San Valentino. Si tratta di una gamma fresca e frizzante, con modelli a pois irregolari neri o rosa su fondo nero, con dettagli in pizzo. Le modellistiche offerte da questa linea di Antigel sono molteplici e sono adatte a tutte le silhouette. Con la serie Zèbre Rebelle, invece, Antigel reinventa l'animalier, dando grinta alla stampa zebra, combinandola con il maculato della pantera: una linea sensuale ed elegante, realizzata in un tessuto essenziale ed elastico che si adatta perfettamente al corpo. Nella collezione SS 2021 di Antigel, i modelli basici sono coerenti con i toni di tutta la proposta del brand per la stagione. Si tratta di linee destinate a durare: una è minimalista e tecnica, Culte Beauté, e l'altra, ispirata al prêt-à-porter, Emotion Lin, offre una gamma di capi in materiali naturali.

JADEA LANCIA LA SUA PRIMA COLLEZIONE DI CALZE PER DONNA E BAMBINA

16/11. Novità in casa Jadea: il noto brand di intimo lancia per l'estate 2021 una collezione di calze. Nata dalla partnership con il Calzificio Pezzini di Castel Goffredo (Mn), la nuova proposta del marchio, che fa capo all'azienda Intimo Artù, offre una linea primavera/estate e una serie basic. La prima collezione di calze Jadea è contraddistinta da modelli in fibra naturale di alta qualità: i filati innovativi sono certificati OCS (Organic Content Standard), GOTS (Global Organic Textile Standard), OEKO Tex Standard 100 per la loro composizione organica e non nociva e BSCI (Business Social Compliance Initiative) perché vengono prodotte nel pieno rispetto dei diritti dei lavoratori e delle condizioni di lavoro etiche. Per l'estate 2021, la collezione di calze Jadea, pensata per donne e bambine, conta numerosi prints, colori dinamici e modelli confortevoli e propone diverse tipologie di prodotto: salvapiè, calzino e mini calza. Tutti i modelli rispecchiano le tendenze attuali: pois, motivi geometrici, ma anche stampe floreali e più romantiche con cuori si affiancano a dettagli come cuciture in filo lamé, polsini lavorati e volé che contraddistinguono i modelli più glamour. Le righe a contrasto e un mood più sportivo sono perfetti per chi ama lo stile casual. Per la serie continuativa, Jadea ha disegnato una collezione dai toni neutri, discreti ma sempre alla moda. I modelli traspiranti, ben aderenti al piede offrono una palette basica e le varianti in tinta unita dai colori pastello rendono la collezione versatile e pratica. Ogni modello del calzino è contraddistinto dal logo Jadea. Una particolare attenzione ai tessuti e alle finiture: il cotone piqué, il filo di Scozia e sono rifiniti con rimaglio a mano oppure con taglio laser. La gamma offre articoli con numeri dal 35 al 41 per la collezione donna e dal 19 al 37 per la bambina.



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

