



WWW.LARGOCONSUMO.INFO



## CALZETTERIA

Percorso di lettura aggiornato al n. 10/05 di *Largo Consumo* e testate *Supplementari*

Il presente documento in **versione interattiva** è scaricabile all'indirizzo  
[www.largoconsumo.info/102005/PL-1005-021.Pdf](http://www.largoconsumo.info/102005/PL-1005-021.Pdf)

### ARGOMENTI CORRELATI:

Sul mercato dell'**ABBIGLIAMENTO GIOVANE** è disponibile  
il Percorso lettura [PL-0905-021.pdf](#)

### IN APPENDICE:

Esempi significativi di **COMUNICAZIONE D'IMPRESA** e di **PUBBLICITÀ**  
di Aziende e Organismi attivi nei mercati considerati in questo Percorso di lettura

### LE FONTI DI QUESTO PERCORSO DI LETTURA

### E SUGGERIMENTI PER L'APPROFONDIMENTO DEI TEMI:

#### Largo Consumo

#### **Rivista di economia e marketing sulla filiera dei beni di consumo**

Mensile fondato nel 1980 e diffuso esclusivamente in abbonamento, i cui contenuti giornalistici si sviluppano in forma di inchieste, studi e articoli vari inerenti tutti i momenti della filiera dei beni mass market, food e non food., dalla produzione, alla distribuzione, al consumo finale, compresi i servizi, le strutture e i sistemi collegati.

#### Mercato Italia Tessile-Abbigliamento-Calzature

I **risultati finanziari** delle principali imprese nazionali, la **produzione** industriale e le **esportazioni**, i **consumi** interni e principali **competitor** internazionali di questo comparto.

#### Pianeta Distribuzione 2005

#### **Rapporto annuale sul grande dettaglio internazionale**

Un'analisi ragionata delle **politiche** e delle strategie di sviluppo dei **grandi gruppi distributivi internazionali**, food e non food e di come competono con la **distribuzione locale** a livello di singolo Paese. **Tabelle**, **grafici**, **commenti** giornalistici, **interviste** ai più accreditati esponenti del retail nazionale e internazionale, la rappresentazione **fotografica** delle più importanti e recenti **strutture commerciali** in Italia e all'estero su Pianeta Distribuzione.

### I CONTENUTI EDITORIALI:

*Largo Consumo* 10/2005 pg 165

#### Un punteggio con qualche smagliatura

Rating: Le aziende della calzetteria, pure in salute, scontano le difficoltà del settore, con ripercussioni sul giro d'affari e sul risultato d'esercizio. Largo Consumo ha effettuato un confronto tra i bilanci 2003 di 4 grandi imprese del settore Csp, Levante, Filodoro e Pompea da cui risulta che tutte hanno perso terreno sull'anno precedente: Filodoro: -21%, Csp: -11%, Levante -8% e Pompea -1,5%. Nonostante il regresso interessi anche il mercato italiano, è stata la performance internazionale a condizionare maggiormente i risultati poiché più del 50% dei ricavi proviene dall'export.

#### **Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- [Il rating: Sintesi dei risultati di Pompea, Levante, Csp Internazionale e Filodoro](#)
- [Il conto economico riclassificato 2002-20003 di di Pompea, Levante, Csp Internazionale e Filodoro \(in .000 di euro\) -1](#)
- [Il conto economico riclassificato 2002-20003 di di Pompea, Levante, Csp Internazionale e Filodoro \(in .000 di euro\) -2](#)

#### **Citati nel servizio:**

Berlei, Csp International, Elledue, Filodoro Calze, Filoverde, Ghirardi, Glamour, Golden Lady, Gossard, Le Bourget, Lepel, Levante, Oblio, Omero, Oro Blu, Philippe Matignon, Pompea Calze, Rodella Adriano, San Pellegrino, Sara Lee, Star Way.  
Articolo pubblicato su [www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

*Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 30*

### **Calzetteria d'avanguardia**

La Cina è diventata il principale produttore mondiale di calzetteria, scalzando l'Italia, che pure resta il leader in Europa. Appare chiaro che la concorrenza internazionale non si batterà con la forza dei muscoli, ma dell'ingegno. Dalla manifestazione Fast di Verona emergono i trend della calzetteria d'avanguardia: tessuti funzionali e biodinamici, cosmetici e curativi, invasione del seamless anche in aree di mercato meno esplorate, come la moda uomo e la moda signora.

Articolo

*Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 7*

### **Le importazioni dalla Cina nel 2003**

Abbigliamento: Vestiario esterno donna e uomo, maglieria esterna donna e uomo, abbigliamento junior, intimo donna, biancheria casa, e tessile arredo, **calze donna**, confezioni in pelle, camiceria uomo, intimo uomo, **calze uomo**, costumi da bagno, scialli, scarpe e foulard, cravatte, bottoni. Calzature: con tomaia in pelle, con tomaia in sintetico, pantofole, con tomaia in gomma, con tomaia in altro materiale.

Tabella

*Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 8*

### **I canali distributivi: abbigliamento junior, intimo uomo e donna, calzetteria maschile e femminile, biancheria casa**

Nell'abbigliamento junior, intimo uomo e donna, **calzetteria maschile e femminile**, biancheria casa, la quota di mercato del dettaglio indipendente è scesa al ...%. La grande distribuzione e quella organizzata hanno una quota del ...%.

– Fine notizia-

Notizia

*Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 8*

### **L'andamento dei consumi per settore: 1996-2003 (in mln di euro)**

In aumento: bottoni, maglieria esterna donna, **calze donna**, intimo donna, camiceria uomo, scialli, scarpe e foulard, **calze uomo**, intimo uomo, confezioni in pelle, cravatte, costumi da bagno, biancheria casa, e tessile arredo, abbigliamento junior.

In diminuzione: abiti da sposa, vestiario esterno donna e uomo.

Tabella

*Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 13*

### **Vendite, import, export e addetti dell'industria italiana dell'abbigliamento 1996-2003**

La cifra d'affari, l'export, l'import, il saldo commerciale, e il numero di dipendenti relativamente i comparti dell'abbigliamento, maglieria e **calzetteria**, calzatura e pelletteria.

Tabella

*Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 13*

### **Le calzature e i prodotti di abbigliamento: 2003. Struttura della distribuzione.**

Abbigliamento: vestiario esterno donna e uomo, maglieria esterna donna e uomo, abbigliamento in pelle, camiceria uomo e donna, abbigliamento junior, intimo uomo, intimo donna, costumi da bagno, **calzetteria maschile**, **calzetteria femminile**, biancheria casa, scialli, scarpe e foulard, cravatte.

Calzature: calzature in pelle, in sintetico plastica, pantofole, calzature in gomma, calzature in tessuto.

Tabella

*Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 14*

### **Le prime 20 imprese nell'abbigliamento attive in Italia per n. di addetti: 2003**

Manifattura Lane G., Marzotto & Figli spa, Miroglio spa, Benetton Group, Giorgio Armani, Ermenegildo Zegna, Holditalia spa, Vincenzo Zucchi spa, Diesel, Prada spa, Gianni Versace, Fin.Part spa, Ing. Loro Piana, & C. spa, Gruppo La Perla, Tod's spa, Mariella Burani, Fashion Group spa, Sara Lee Branded, Apparel Italia, Compar spa, Aeffe, Brioni Roman Style, **Golden Lady spa**, Salvatore Ferragamo Italia spa.

Tabella

*Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 19*

### **Fatti salienti del mercato della calzetteria**

Continua la crisi strutturale del settore della calzetteria femminile, il cui valore della produzione nel 2003 è stato di ... mln (–...%), con un –...% in quantità. Le vendite all'estero sono diminuite del ...%, mentre nel 2004 (gennaio-novembre) sono diminuite soltanto dell'...%. I consumi in Italia stanno invece riprendendo un certo dinamismo. Nel 2003 la spesa è aumentata del ...%, a fronte di un calo dello ...% del numero di paia acquistate, con un aumento dei prezzi del ...%.

– Fine notizia –

Notizia

*Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 19*

### **Mercato della calzetteria: Engifin**

Il gruppo Engifin, meglio noto per il marchio Golden Lady, ha consolidato nel 2003 un fatturato di ... mln, con utili netti di ... mln, e ... dipendenti. Le vendite all'estero sono state di ... milioni, pari al ...% di quelle totali. Il gruppo Golden Lady è leader di mercato in Italia, con una quota complessiva del ...%, comprendente tutti i suoi marchi, incluso Filodoro, acquisito alla fine del 2003 a seguito della cessione da parte di Sara Lee. Negli Stati Uniti il gruppo Golden Lady controlla Kaiser-Roth, che ha fatturato ... milioni di dollari...continua...

Notizia

*Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 19*

**Mercato della calzetteria: Calzedonia**

Prosegue il fenomeno Calzedonia, che nel 2003 ha raggiunto un giro d'affari di ... milioni di euro (+...%), con utili netti di ... milioni. La rete di punti di vendita in franchising è arrivata a ... unità, alle quali vanno aggiunti ... negozi con insegna "Intimissimi" e ... "Tezenis", per un totale di ... unità. – Fine notizia –  
Notizia

*Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 19*

**Mercato della calzetteria: Pompea**

Pompea nel 2003 ha fatturato ... milioni di euro, quasi allo stesso livello dell'anno precedente. La metà delle vendite sono realizzate con abbigliamento intimo in cui opera anche con il marchio Roberta, e il ...% con i collant che hanno una quota di mercato del ...%. Pompea sta aprendo numerosi punti di vendita monomarca. La produzione viene realizzata in tre stabilimenti italiani e in altri tre all'estero (... e ...). – Fine notizia –  
Notizia

*Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 19*

**Mercato della calzetteria: Csp International**

Csp International ha diminuito ancora le vendite nel 2004 a ... milioni di euro (-...%), con perdite nette di ... milioni, leggermente inferiori a quelle dichiarate nel 2003. – Fine notizia –  
Notizia

*Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 23*

**Gli investimenti pubblicitari dell'abbigliamento in Italia: 2003-2004: i Top Spender**

Tra le prime dieci imprese maggiori spenditrici, **Calzedonia** si conferma in prima posizione, con accanto **Golden Lady** e **Pompea Calze**. Poi vi sono tre imprese di calzature (Geox, Puma e Tod's). Jeans e abbigliamento casual sono rappresentati da Levi Strauss (con una spesa in forte aumento) e Benetton. Il nome più prestigioso è quello di Giorgio Armani, che ha aumentato la spesa in comunicazione rispetto all'anno precedente.

Tabella

*Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 23*

**II ROI nel mercato dell'abbigliamento: 2003**

I settori considerati: Cravatte, foulard e accessori, Jeans e casual, Pelletteria e valigeria, Calzature sportive/sci, Vestiario uomo, Vestiario bambino, Vestiario in pelle, Corsetteria e costumi da bagno, Vestiario donna, Calzature, **Calze**, Abbigliamento sportivo, Biancheria casa, Camice, Maglieria **esterna**, **Maglieria intima e notte**.

Tabella

*Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 23*

**Le prime 50 imprese italiane dell'abbigliamento per ROI: 2003 (in %)**

Tivoli Group srl, Diesel Rags srl, Soave Pelli spa, Simint spa, Diesel Service spa, Puma Italia srl, **Mico Sport spa**, Corporate srl, Lialsport spa, Vestire srl, **Pantytex spa**, Graffiti srl, Passaggio Obbligato spa, Rubens srl, A.B. Florence srl, Xanthia srl, Blue Line International, Jeanswear spa, Initaly srl, Calzaturificio Manas spa, Selmart srl, Faenza Stile srl, Ingrosso Confezioni Santini srl, Centex spa, Eldo srl, Pelletterie Palazzolesi srl, Diesel, Industria Confezioni Filottrano, La Sportiva spa, Corrado Maretto srl, Omnipiega srl, Dama spa, De Fonseca spa, Comet Corsetteria e Biancheria Intima srl, Piquadro spa, Bav Shoes spa, Ittierre spa, Sergio Natalini srl, Alias spa, Piazza Sempione srl, Max Mara srl, Ann Max Export srl, Manifattura Panda srl, Mardi spa, P & F Group srl, Formentini srl, Mauli spa, Calzaturificio Monterosa spa, Calzaturificio Jumbo spa, Maxima srl, Foster spa.

Tabella

*Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 23*

**La durata media del magazzino nell'abbigliamento: 2003 (in giorni)**

I settori considerati: Calzature, Maglieria esterna, Pelletteria e valigeria, Vestiario in pelle, Cravatte, foulard e accessori, Calzature sportive/sci, Corsetteria e costumi da bagno, Camice, **Calze**, Vestiario donna, Vestiario uomo, Jeans e casual, Abbigliamento sportivo, Vestiario bambino, Biancheria casa, Maglieria intima e notte.

Tabella

*Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 23*

**Le prime 50 imprese italiane dell'abbigliamento per durata del magazzino: 2003 (in %)**

Texlive Diffusione Moda srl, Malibù srl, Trussardi spa, Euro Cormar spa, Linea C Group srl, Gi.Vi.Plast srl, Eric srl, Ancon srl, Del Brenta srl, Blu Mania srl, Salomon Sangiorgio spa, Paima srl, Alexander srl, Focus Europe srl, Madrilena srl, Tacchificio Monti srl, Knit Box srl, Confezioni Elsy spa, Maglificio Pa-Ten srl, Quinta Moda srl, Sartorie Riunite spa, **Manifattura Calze Ileana srl**, Confezioni Europa srl, P & G srl, Calzaturificio Rodolfo, Zengarini srl, Ypsilon srl, Mo.Tex srl, Hugo Boss Italia spa, Sergio Natalini srl, Corplast srl, Sigla srl, Creazioni Desirè Styl srl, Soave Pelli spa, Gruppo Tessile Lineajersey srl, Calzaturificio Vittorio Liccardo srl, La Matta spa, Tsm Fondi srl, Comet Corsetteria e, Biancheria Intima srl, Melania di Gironacci, Manfredo spa, Moda srl, Musani Srl srl, Calzaturificio Dardi srl, A&G Calzaturificio spa, Camiceria Agatex srl, Cleo Bottier F.Ili Mondellini srl, Italian Crust Company srl, Calzaturificio San Giorgio srl, Calzaturificio Re Marcello srl, Lvl srl, Tessitura Sidoti srl,

Tabella

*Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 23*

**La durata media dei crediti clienti nell'abbigliamento: 2003 (in giorni)**

I settori considerati: Calzature sportive/sci, Calzature, Cravatte, foulard e accessori, Pelletteria e valigeria, Vestiario donna, Maglieria esterna, Corsetteria e costumi da bagno, Camice, Vestiario in pelle, **Calze**, Vestiario uomo, Jeans e casual, Abbigliamento sportivo, Vestiario bambino, Biancheria casa, Maglieria intima e notte.

Tabella

*Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 23*

**Le prime 50 imprese italiane dell'abbigliamento per durata crediti clienti: 2003 (in %)**

Marche Design srl, Mandarina Necotium srl, Jammy srl, **Pantytex spa**, Borgo 21 spa, Italedil srl, Confezioni Gioielli spa, Martina srl, Fila Sport spa, Tonali spa, Artisans Shoes srl, Calzaturificio Giovanni, Fabiani srl, Compar spa, Vestire srl, Gino Cori srl, Calzaturificio Lori srl, Denver srl, Zanella Confezioni spa, Genny Moda spa, Paris Mode spa, Musani Srl srl, Deimos spa, Gi.De.Co. srl, **2M spa**, Jeanserie Del Nord srl, Calzaturificio Alexandria spa, Calzaturificio Chinco srl, Trag srl, Calzaturificio Chiana spa, Baldinini srl, Camiceria Montegrappa srl, Ittierre spa, Focus Europe srl, Con Fra srl, Calzaturificio Mario Cerutti srl, Annabella spa, Dks Confezioni srl, Unique srl, Calzaturificio Vittorio, Liccardo srl, Erlivia srl, Calzaturificio Ma.Fra srl, Eurostil srl, Alessandra spa, Rem'S srl, Linestyle Italia srl, Lanificio Guasti srl, Simint spa, **Calzificio Rover spa**, Calzaturificio Brunate spa, Lones spa.

Tabella

*Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 23*

**La durata media dei crediti fornitori nell'abbigliamento: 2003 (in giorni)**

I settori considerati: Calzature sportive/sci, Vestiario in pelle, Cravatte, foulard e accessori, Calzature, Pelletteria e valigeria, Vestiario uomo, Jeans e casual, **Calze**, Corsetteria e costumi da bagno, Abbigliamento sportivo, Vestiario donna, Camice, Biancheria casa, Maglieria intima e notte, Maglieria esterna, Vestiario bambino.

Tabella

*Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 23*

**Le prime 50 imprese italiane dell'abbigliamento per durata crediti clienti: 2003 (in %)**

Salomon Italia spa, Hugo Boss Italia spa, Levi Strauss Italia, Focus Europe srl, Fgf srl, Ras 2000 srl, Calzaturificio Andreani, Lorena srl, Ddm Italia spa, Uvex Cagi srl, Sartorie Riunite spa, Maglificio B.M. srl, Knit Box srl, Xanthia srl, Alex spa, Samar spa, Santacroce srl, Louis Vuitton Italia spa, Canguro spa, Bav Shoes spa, Calzaturificio Maxi srl, Escada Italia srl, Calzaturificio Fontana srl, Nuova Generoso srl, Ingrosso Confezioni Santini srl, Triumph International Rome spa, Garpell srl, Jeanserie Del Nord srl, Cronert Italiana spa, **Adrilon spa**, Puma Italia srl, Montebello srl, Infiore srl, Acon spa, Reebok Italia srl, **Torcitura di Atri srl**, Calzaturificio Monterosa spa, Talenti srl, Calzaturificio Manas spa, Calzaturificio Pucci srl, Dks Confezioni srl, Trever Weipper Jeanswear spa, Centex spa, Calzaturificio Chinco srl, Confezioni Dik srl, Calzaturificio San Giorgio srl, Roncato srl, Samsonite spa, Pelletterie 2F di Marenzi, e Cirillo spa, Limberti srl, Deck Marine spa.

Tabella

*Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 39*

**Calzetteria: I risultati delle principali imprese in Italia: 2002-2003**

Fatturato, Valore aggiunto, Utili/Perdite, N. Dipendenti relativamente a: Calzedonia, Golden Lady, Pompea, CSP International, Omsa, Filodoro Calze, Levante, Adrilon, Sisi, Calzificio Fap, Calzificio Queen, Euro 2000, Calzificio Milanese Luigi Ciocca, Tintoria Elledue, Cep, Gizeta Calze, Calzificio Franzoni, Calzificio Prisco, Torcitura di Atri, Intersocks, Blueprint, Sette Stelle Industria Filati e Calze, Trerè Innovation Hosiery, IBC Industria Bustese Calze, Manifattura Calze Ileana, Marygold e altri...

Tabella

*Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 39*

**Intimo da export. Intervista all'ufficio marketing di Goldenpoint**

Franchising e dintorni (calzetteria): Quali sono le caratteristiche peculiari del vostro format distributivo e i principali elementi di innovazione? La vostra impresa è presente anche all'estero, in quali Paesi? Quali sono le principali difficoltà incontrate per lo sviluppo internazionale? La vostra azienda si è sviluppata molto rapidamente nel nostro Paese, quali sono le principali caratteristiche ricercate nei nuovi franchisee?

Articolo

*Largo Consumo, fascicolo 4/2005, n° pagina 83*

**Calzedonia mette il turbo**

Franchisor & Franchisee: Con 3 marchi (Calzedonia, Intimissimi e Tezenis) e ... negozi al mondo, il gruppo di Sandro Veronesi ha letteralmente scalato il mercato dell'intimo e della calzetteria. Attualmente l'offerta è composta da ... modelli di collant e da un'ampia gamma di ...continua...

Notizia

*Largo Consumo, fascicolo 1/2005, n° pagina 151*

**Pompea rafforza la comunicazione**

Profili e Carriere: Pompea ha affidato ad Alberto Dandolo la responsabilità della comunicazione istituzionale ed economico-finanziaria del gruppo. Dandolo, dopo aver consolidato la propria esperienza nel mondo della comunicazione economico-finanziaria, avrà ora il compito ...continua...

Notizia

*Largo Consumo, fascicolo 11/2004, n° pagina 141*

**Calzedonia per le donne**

Campagna pubblicitaria: Calzedonia ha affidato a Foote Cone & Belding la propria campagna on air su Mediaset e Rai ispirata al tema della creatività femminile, sulle note della canzone di Fiorella Mannoia "Quelle che le donne non dicono".

– Fine notizia –

Notizia

*Largo Consumo, fascicolo 11/2004, n° pagina 83*

### **Pompea raccoglie i frutti dell'innovazione**

L'azienda mantovana di cedole che ha introdotto l'intimo senza cuciture e la microfibrina nel campo delle calze e collant, punta sempre di più sulla delocalizzazione produttiva e sulla flessibilità per le sue nuove linee di prodotti destinate a nuovi segmenti di mercato come lo sportswear e i costumi da bagno. Nel 2002 Pompea ha ricavato ... milioni, saliti a ... nel 2003 e l'obiettivo per il 2006 è il raggiungimento della quota di ... milioni. L'estero rappresenta ...continua...  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2004, n° pagina 173

### **Wolford ristrutturata si rafforza con Armani**

Il gruppo austriaco della calzetteria Wolford punta ad incrementare le vendite mantenendo i margini di profitto, conseguendo un rafforzamento dalle operazioni di ristrutturazione in atto da tre anni. Nel quadro di questo progetto rientra un recente accordo di licensing con Giorgio Armani. Le vendite annue sono passate da ... a ... milioni, mentre il fatturato del business retail ha segnato un progresso del ...%. Cala l'utile netto, ma anche l'indebitamento...continua...  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2004, n° pagina 81

### **Abbigliamento, maglie, calze in timida ripresa**

Sistema Moda Italia Smi ha analizzato 2050 aziende associate del comparto abbigliamento, maglieria, calzetteria, riscontrando la permanenza delle difficoltà, ma anche cenni di ripresa: il secondo semestre dovrebbe chiudersi on un progresso del ...%, soprattutto da parte della domanda estera, visto il permanere della stagnazione del mercato interno. La quota di produzione delocalizzata ha raggiunto il ...%...continua...  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2004, n° pagina 59

### **Diagnosi al femminile**

Calzetteria: La competizione si fa serrata, sebbene le aziende italiane mantengano la leadership a livello internazionale nonostante un calo evidente in volume e fatturato. Il futuro è nell'innovazione.

#### **Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- [L'export italiano di calzetteria femminile nei principali Paesi: 2003 \(in %\)](#)
- [La struttura delle vendite nel settore calzetteria femminile \(in % sul totale\)](#)

Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2004, n° pagina 81

### **Solo l'export in tenuta per l'intimo**

I tre comparti di Sistema Moda Italia (Smi) dell'abbigliamento, maglieria, calzetteria non sono riusciti neanche nell'ultima parte del 2003 a evitare il protrarsi di un andamento negativo. Nonostante l'aumento della produzione italiana all'estero (+...%) e dell'export (+...%). I cedimenti tendenziali si sono mantenuti sopra il ...%...continua...  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2004, n° pagina 172

### **Torna italiano il marchio Filodoro**

Filodoro, lo storico marchio di calze femminili ritorna italiano., con il passaggio di proprietà da Sara Lee a Golden Lady. Nell'operazione sono coinvolti anche il marchio Philippe Matignon e altri ancillari che l'azienda gestiva in Spagna e in Portogallo. La finanziaria Gilfin avrebbe versato un controvalore di ... mln di euro, a fronte di un fatturato 2003 di Filodoro pari a ... milioni. La nuova proprietà punta su sinergie con gli altri marchi Filodoro come Sisi, Omsa e Golden Lady, nonché dell'americana Kaiser Roth (...milioni di fatturato e un market share negli usa del ...%)...continua...  
Notizia

## **LA PUBBLICITÀ E COMUNICAZIONE DI IMPRESA:**

*Largo Consumo* 10/2005 pg 18

### **Oracle Application**

1/1Qc- Conosci il segreto del made in Italy? Tutti vorrebbero scoprirlo perchè il "Made in Italy" è sinonimo di stile, qualità e professionalità. Per questo motivo sempre più aziende italiane si affidano ad un partner tecnologico all'altezza dei loro prodotti, capace di garantire soluzioni all'avanguardia: questo partner è Oracle.  
Pubblicità – "[Tabellare](#)"

*Largo Consumo* 10/2004 pg 164

### **Cucirini Tre Stelle – L'innovazione nella tecnologia dei filati**

1/1Qc – Cucirini Tre Stelle. Da sempre il partner delle migliori industrie  
Pubblicità – "[Tabellare](#)"

*Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature* 2005 pag 52

### **Calzificio di Parabiago**

Le schede aziendali: L'azienda, fondata nel 1938 a Parabiago da Mario Re Depaolini, è condotta dal 1964, anno della morte del fondatore, dalla moglie Carla Musazzi. L'azienda, certificata da Certitex UNI EN ISO 9001:2000, è stata il primo calzificio a ottenere il marchio "Oeko- Tex" certificato europeo che garantisce l'assenza di sostanze nocive in tutto il processo di lavorazione del prodotto.

Comunicazione di impresa – Serie "[Le schede aziendali](#)"

*Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 56*

**Levante**

Le schede aziendali: Il Gruppo Levante, specializzato nella produzione di calze e collant per donna, ha chiuso l'esercizio 2004 con un fatturato pari a 85 milioni di euro (circa il 50% del quale all'estero). L'azienda è leader in vari segmenti di mercato, con una capacità produttiva di oltre 300.000 capi al giorno, che distribuisce in tutti i continenti, differenziando e presidiando diversi canali di distribuzione.

Comunicazione di impresa – Serie "**Le schede aziendali**"

**Riflessione in copertina di Largo Consumo 5/2005:**

*Nell'abbigliamento l'import e i minori costi di produzione hanno fatto scendere i prezzi al consumo dell'8% in Europa, a partire dal 1996, mentre in Italia sono aumentati. Che incidenza avrà, da noi, la caduta delle quote sulla filiera dei prezzi?*

Se sei interessato al tema della **reazione della filiera italiana** del tessile-abbigliamento-calzature di fronte alla **fine dei contingentamenti extraeuropei** e alla competizione globale, ti suggeriamo la lettura dei **seguenti articoli** pubblicati da *Largo Consumo* e dai suoi *Supplementi*.

*Largo Consumo 5/2005 pg 69*

**Calzificio Real**

Spot: Oggi l'azienda è una delle aziende leader nella calzetteria, con quattro unità produttive in Italia e all'estero. Il Calzificio Real, pur operando al trade con i propri marchi, si propone come partner ideale per l'etichetta privata

Comunicazione di impresa – Serie "**Gli Spot**"

*Largo Consumo 1/2005 pg 70*

**Pompea – Innovazione e R & S, attenzione al trade moderno e ai mercati internazionali per il leader dell'intimo**

Le interviste: In meno di un decennio è divenuta una grande protagonista dell'intimo, crescendo all'insegna dell'innovazione, della ricerca, e della creatività: Alessandro Rodella, consigliere delegato, ci illustra la 'case history' Pompea.

Comunicazione di impresa – Serie "**Le Interviste**"

*Largo Consumo, fascicolo 1/2005, n° pagina 170*

**Gesto Editore - Guida alla maglieria e alla calzetteria italiana**

1/1Qc – 4.500 produttori di abbigliamento, 3.500 produttori di maglieria, 800 produttori di calze e collant, 5.000 fornitori di tessuti per abbigliamento, 350 fornitori di filati per maglieria e calzetteria, 400 fornitori di macchine per l'industria della moda, 600 fornitori di accessori e servizi, 6.000 marchi di fabbrica.

Pubblicità – "**Tabellare**"

*Largo Consumo 06/2004 pg 121*

**Filoscozia garantisce il filato più pregiato**

Spot: da oltre 20 anni, il Centro Promozione Filoscozia promuove e garantisce con un apposito marchio l'elevatissima qualità del filo di cotone mercerizzato.

Comunicazione di impresa – Serie "**Gli Spot**"

*Largo Consumo 06/2004 pg 120*

**Güttermann – Perché è il filo che fa la cucitura**

1/1Qc – Piuma: per cuciture molto elastiche e a diretto contatto con la pelle, nell'abbigliamento seamless, intimo, active wear, sportswear e da bambino.

Pubblicità – "**Tabellare**"