



WWW.LARGOCONSUMO.INFO



ABBIGLIAMENTO INTIMO, NOTTE E CORSETTERIA

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-1005-022.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:

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, sciarpe 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 sceso al ...%. La grande distribuzione e quella organizzata hanno una quota del ...%. – Fine notizia-
Notizia

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 8

I principali gruppi statunitensi ed europei nell'abbigliamento intimo: Sara Lee

Il gruppo diversificato Sara Lee comprende anche la divisione abbigliamento, le cui vendite nell'esercizio 2003-2004 sono state di ... miliardi di dollari (+...%), in diminuzione in volumi soprattutto a causa del calo dell'abbigliamento intimo del ...%. L'azienda ha dichiarato di voler concentrare le sue numerose attività cedendo quelle dell'abbigliamento ...continua...
Notizia

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 11

I principali gruppi statunitensi ed europei nell'abbigliamento intimo: Warnaco

Warnaco, specializzata in **abbigliamento intimo**, costumi da bagno e jeans, nel 2004 ha raggiunto ricavi per ... miliardi di dollari (+...%) con profitti netti di ... milioni, in forte recupero rispetto al fallimento del 2003. A metà dell'anno scorso aveva acquisito la californiana Ocean Pacific. – 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, sciarpe 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

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, sciarpe 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 dell'intimo

Per l'industria dell'abbigliamento intimo donna, il valore della produzione italiana nel 2003 è rimasto stazionario, a ... mld di euro. Altrettanto è accaduto per le esportazioni, che nonostante gli aumenti in alcuni Paesi come la Francia. Nel 2004 sono diminuite le vendite all'estero di biancheria intima e di corsetteria, mentre sono aumentate quelle di maglieria intima. I consumi domestici nel 2003 sono aumentati del ...% per il secondo anno consecutivo. La spesa per corsetteria (+...%) e per mutande/slip (+...%) è stata quella più dinamica. In calo il consumo in Italia di maglieria intima "tradizionale"...continua...
Notizia

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 23

Gli investimenti pubblicitari netti per settore: 2001-2004

I settori considerati: abbigliamento, **underwear**, abbigliamento in pelle, abbigliamento sportivo, abbigliamento bambini, accessori abbigliamento, punti vendita abbigliamento, fibre/filati/tessuti.

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, Omniapiega 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.lli 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

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

I settori considerati: Calzature sportive/sci, Calzature, 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, **Infiores 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

Maglieria intima e notte: I risultati delle principali imprese in Italia: 2002-2003

Fatturato, Valore aggiunto, Utili/Perdite, N. Dipendenti relativamente a: Manifatture Del Nord, Cottonella, Emmeci, Ladyberg, Linclalor, Erreci, Liabel, Luemme, Manifattura di Valduggia, o Ragno, Maglificio Irge, Cotton Club, Confezioni Garda, Trucco Tessile, Cagi Maglierie, Infil, Italian Fashion Company, Imec, Del mar, La Signoria di Firenze di Cappelletti Stefano e C, Linea Sprint, Lisanza Maglificio Lisanzese, F.R.M. Group.

Tabella

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 39

Corsetteria e costumi da bagno: I risultati delle principali imprese in Italia: 2002-2003

Fatturato, Valore aggiunto, Utili/Perdite, N. Dipendenti relativamente a: Sara Lee Branded Apparel Italia, Gruppo La Perla, Triumph International Rome, Iluna Group, Arena Italia, Intima Moda, Parah, Lormar, Confezioni Superior, Igam, Comet Corsetteria e Biancheria Intima, Fratelli Gagliardi, Creazioni Desirè Styl, Xacus, Luca's Fashion, Confezioni Cigi, Revella Europe, Maglificio Creazioni Alice, Diben Lingerie, Infiores, Genesi, Giesse di Solmi Enzino, Gios Confezioni, Manifattura Panda, Vertice, Rue Royale Diana.

Tabella

Largo Consumo 5/2005 pg 95

Il progetto Yamamay

Franchisor & Franchisee: Yamamay è un progetto franchising monomarca ideato dalle famiglie Garda e Cimmino per la vendita di pigiama, abbigliamento intimo e mare per la famiglia giovane.

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 5/2005, n° pagina 95

Lovable Virtuale

Franchisor&Franchisee: L'insegna in franchising Lovable entra nel mondo virtuale con il nuovo sito www.intimolo.com particolarmente facile da utilizzare per gli acquisti e adatto a un pubblico giovane...continua...

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 6/2004, n° pagina 119

Intimo femminile di qualità

Vissuto dei prodotti: Il legame con la moda, la struttura distributiva, che offre sempre più valore aggiunto, l'innovazione soprattutto nei reggiseno: questi i motivi di un successo confermato dai dati.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [I prezzi medi degli slip donna in base ai modelli: 2003 \(in euro\)](#)
- [Le vendite di slip donna in Italia in base ai modelli: 2003 \(in % sul volume\)](#)
- [I canali distribuzione dell'intimo donna in % sul valore](#)
- [Le vendite di reggiseno in Italia in base ai modelli: 2003 \(in % sul volume\)](#)

Citati nell'articolo:

Dolce & Gabbana, Ford Tom, Fruscio, GfK, Golden Lady, Gucci, Infio, Intimo donna, Lovable, Pompea, Salone Int. dell'Intimo di Parigi, Sanpellegrino, Tezenis, Triumph, Yamamay.

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 1/2004, n° pagina 157

Anno da record per l'intimo Solera

Solera conferma il trend, chiaramente emerso fin dall'inizio del 2003, di un deciso aumento delle vendite per le proprie collezioni di corsetteria da donna e intimo uomo. I dati di fine anno mostrano un incremento del ...% in valore. Questi dati, insieme ai risultati di posizionamento acquisiti, consente una previsione di fatturato in crescita del ...% sul 2002. Molteplici i motivi che hanno consentito di conseguire...continua...

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 1/2004, n° pagina 60

Intimo in vetrina

Abbigliamento intimo: Il settore ha subito una profonda trasformazione negli ultimi anni. Non solo catene specializzate, ma anche insegne dell'abbigliamento e griffe della moda affollano una piazza sempre più differenziata.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- I segmenti in cui si divide il settore distributivo dell'intimo

Citati nell'articolo:

Benetton, Brissaud Mathieu, Calvin Klein, Calze Levante, Calzedonia, Coin, Donna Karan, Elledue, Elledue Exclusive, Etam, Forlini Paolo, Gap, Garda, Grigioperla, Grigiosport, H&M, Hennes&Mauritz, Infil, Intimissimi, Intimo 3, Joelle, Kookai, La Perla, La Rinascente, Liabel, Malizia, MB International, Occhiverdi, Pierre Cardin, Roberta, Schiffer Claudia, Solera, Zara

Articolo

LA PUBBLICITÀ E COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 53

Cotonella

Le schede aziendali: Il polo italiano di Cotonella si sviluppa su un'area di circa 10.000 metri quadrati nei comuni di Sonico, Edolo e Malonno (Bs). La direzione commerciale e il marketing hanno invece sede a Milano. Da una decina di anni, la produzione è delocalizzata all'estero nei due poli produttivi di proprietà, in Romania in Albania per un totale di circa 1.000 dipendenti. Nel 2004 sono stati prodotti circa 21.000.000 di capi, con una capacità produttiva giornaliera di oltre 70.000 capi.

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

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 56

Triumph International

Le schede aziendali: Nel 2004, Triumph ha raggiunto un fatturato pari a 89,6 milioni di euro, avvalendosi di 301 dipendenti e di una forza vendita composta da 79 addetti. Per quanto riguarda i canali distributivi, il marchio Triumph lo scorso anno ha sviluppato l'85% del giro d'affari nel dettaglio e il restante 15% in grande distribuzione/ GM/negozi propri; 55% dettaglio e 45% canale moderno, invece, le percentuali di Sloggi.

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

Largo Consumo, fascicolo 1/2004, n° pagina 56

Infil – Un'immagine nuova più moderna e colorata per "vivacizzare" il mercato dell'intimo

Le interviste: Una nuova immagine moderna, aggressiva, per dimostrare che si può fare innovazione a dare una nuova linfa al mercato dell'intimo: è il progetto che Infil sta lanciando. Ne parliamo con il direttore generale Mathieu Brissard
Comunicazione di impresa – Serie "[Le Interviste](#)"

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](#)"