



Documento in **versione interattiva**:
www.largoconsumo.info/102006/PL-1006-002.Pdf

ABBIGLIAMENTO INTIMO



Costi del Percorso di lettura:

€ 115,50 (compreso iva) - non abbonati

€ 85,50 (compreso iva) – abbonati

Costi dei singoli titoli:

<http://www.largoconsumo.info/Largoconsumo/fixed/largoconsumo/pagine/diffusione.asp#Costi>

Per ordini: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Aggiornato a: Largo Consumo 10/2006 e supplementi

Rif: PL-1006-002

RIFERIMENTI:

Il sommario di tutti i Percorsi di lettura di Largo Consumo
è **scaricabile** all'indirizzo WWW.LARGOCONSUMO.INFO/PERCORSI

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.

**OSSERVATORIO
D'IMPRESA:**

Leggi le case history
di **COMUNICAZIONI
D'IMPRESA** di
Aziende e Organismi
attivi nei mercati
considerati in questo
Percorso di lettura
selezionati da
Largo Consumo



I CONTENUTI EDITORIALI:

Largo Consumo, fascicolo 10/2006, n° pagina 72, lunghezza 7 pagine

Moda pronta per una nuova stagione

Tendenze moda primavera-estate 2007: nonostante le difficoltà dell'ultimo decennio, con oltre il ..% del fatturato complessivo (.. mil.di di euro nel 2004) generato dall'export, un attivo commerciale di .. mil.di di euro e corrispondente al ..% di quello totale del settore manifatturiero, l'industria del tessile-abbigliamento rappresenta una delle colonne portanti della competitività italiana. Per la corsetteria e i costumi da bagno non si registrano cambiamenti rilevanti rispetto al 2003.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Box: appuntamento a Parigi per la gdo
- Box: arrivano gli award europei
- Box: Modaprima firmata da Pitti Immagine
- Box: taglie comode in fiera
- I costumi da bagno: 2000-2004 (in milioni di euro)
- Il vestiario esterno femminile: 2000-2004 (in milioni di euro)
- Il vestiario esterno maschile: 2000-2004 (in milioni di euro)
- La maglieria esterna femminile: 2000-2004 (in milioni di euro)
- La maglieria esterna maschile: 2000-2004 (in milioni di euro)

Citati:

"Femme fatale", "Vacanza creola", AcNielsen-Sita, Andreoli Cristina, Arena, Astra ricerche, Benetton, Bernardi, Boretto Armando, Burani, Caldi Cinzia, Carnevale Costantino, Carnevale Maglieria 1951, Carrera, Casile Francesco, Casile&Casile fashion group, CP Company, Diesel, Dolce&Gabbana, Donna Enrica, Efa, Expo Cts, Facis, Fendi, Ferragamo, Fiera di Rimini, Fit (Fashion institute of technology), Flo-Cert, Forral, Furla, Gas, Gilles Lipovetsky, Guru, Henriette Confezioni, Incom, Intersélection, Keun Jae, Lazzarini Andrea, Longo Emanuele, Marcuzzo Giampaolo, Max Havellar, Modaprima, Nadine, Oit (Organizzazione internazionale del lavoro), Ovieste, Parah, Pickwic, Pinko, Pitti Immagine, Poletto Agostino, Prada, Rica Lewis, Rinascimento, Rovito Charlotte, Sda-Bocconi, Sixty, Smi-Ati, Somedia, Steele Valerie, Stefanel, Tacchella Gianluca, Testa Salvo, Verycaldi cashmere, Zileri Pal
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n° pagina 83, lunghezza 1 pagina

A caccia di saldi

A caccia di affari, 2 cittadini su 3 affollano prevalentemente negozi al dettaglio (..%), grandi magazzini (..%) e centri commerciali (..%). La disponibilità media di spesa si aggira intorno ai euro, cioè il ..% in più rispetto al budget dello scorso anno, ed è destinata prevalentemente all'abbigliamento casual (..%), calzature (..%) e capi sportivi (..%), seguiti da accessori mare (..%), abiti eleganti (..%), intimo (..%), borse (..%), accessori e bigiotteria (..%) e articoli per la casa (..%).

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- I prodotti più acquistati (in%)

Citati:

Confesercenti Milano, Publica.Swg
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n° pagina 182, lunghezza 1/5 di pagina

Calzedonia-Intimo 3

Operazioni di concentrazione: l'operazione consiste nell'acquisto da parte di Calzedonia dell'intero capitale di Intimo 3. L'operazione, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione. L'autorità delibera...

Citati:

Calzedonia, Calzedonia, Intimo3
Notizia

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n° pagina 5, lunghezza 1/3 di pagina

L'andamento dei consumi per settore: 1997-2004 (in milioni di euro correnti)

L'andamento dei consumi 1997-2004 (in milioni di euro correnti) secondo i dati di Sistema Moda Italia nei settori: calze donna, cravatte, maglieria esterna donna, abbigliamento junior, costumi da bagno scialli, sciarpe e foulards, vestiario esterno donna, **intimo donna**, **intimo uomo**, camiceria uomo, maglieria esterna uomo, calze uomo, vestiario esterno uomo, biancheria casa e tessile arredo, abiti da sposa, confezioni in pelle.

Citati:

Sistema Moda Italia
Tabella

Proposte editoriali sullo stesso argomento:



Titolo CALZETTERIA

- Percorso di lettura
Codice [PL-0606-009.pdf](#)
Edizione 06/2006
Editore Editoriale Largo Consumo



Titolo ABBIGLIAMENTO GIOVANE E PRONTO MODA

- Percorso di lettura
Codice [PL-0906-016.pdf](#)
Edizione 09/2006
Editore Editoriale Largo Consumo



Titolo ABBIGLIAMENTO JUNIOR

- Percorso di lettura
Codice [PL-0905-022.pdf](#)
Edizione 09/2005
Editore Editoriale Largo Consumo



Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n° pagina 8, lunghezza 1/3 di pagina
Abbigliamento, calzature, pelletteria: importazioni dalla Cina nel 2004
Importazioni dalla Cina nel 2004 su dati Sistema Moda Italia, Anci e Aimpes. Abbigliamento: vestiario esterno donna e uomo, maglieria esterna donna e uomo, **intimo donna e uomo**, abbigliamento junior, biancheria casa, tessile arredo, calze donna, confezioni in pelle, camiceria uomo, calze uomo, costumi da bagno, scialli, sciarpe e foulards, cravatte, bottoni. Calzature: con tomaia in pelle, sintetico, gomma.

Citati:

Aimpes (Associazione italiana manifatturieri pelli e succedanei), Anci (Associazione nazionale calzaturifici italiani), Sistema Moda Italia
Tabella

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n° pagina 8, lunghezza 1/10 di pagina

I principali gruppi statunitensi: Sara Lee

Il gruppo diversificato Sara Lee, forte di un giro d'affari totale di ...miliardi di dollari, sta ristrutturando tutte le attività, concentrandole nel settore alimentare e dei prodotti grocery. All'inizio di quest'anno ha annunciato di avere ceduto le attività europee nel settore della corsetteria e delle calze.

Citati:

Abanderado, Dim, Lovable, Nur Die, PD Enterprise Ltd, Playtex, Sara Lee, Sara Lee Courtaulds, Sun Capital Partners, Unno, Wonderbra
Notizia

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n° pagina 9, lunghezza 1/10 di pagina

I principali gruppi statunitensi: VF

Il gruppo VF, ben noto in tutto il mondo attraverso i suoi marchi tra i quali quelli di jeans (Wrangler, Lee), di abbigliamento sportivo, abbigliamento intimo, sportswear, nel 2005 ha incrementato il fatturato a ...miliardi di dollari (+...%), di cui il ...% al di fuori degli Stati Uniti.

Citati:

Eastpak, Harley-Davidson, Holoubek, Lee, Monte Bianco, Napapijri, Nautica, Reef, The North Face, Vanity Fair, VF, Wrangler
Notizia

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n° pagina 11, lunghezza 1/10 di pagina

I principali gruppi statunitensi: Warnaco

Il fatturato di Warnaco nel 2005 è aumentato a ...miliardi dollari (+...%), grazie soprattutto all'abbigliamento sportivo che è cresciuto a ...milioni (+...%).

Citati:

Calvin Klein, Warnaco
Notizia

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n° pagina 14, lunghezza 1/3 di pagina

Le prime 20 imprese italiane della filiera tessile-abbigliamento-calzature per numero di addetti: 2004

Le prime 20 imprese italiane per numero di addetti: 2004 (in unità e migliaia di euro, su dati Bureau Van Dijk).

Citati:

Benetton, Brioni-Roman Style, Bureau Van Dijk, Compar, Conbipel, Ermenegildo Zegna, Geox, Giorgio Armani, Golden Lady, La Perla, Loro Piana, Manifattura Lane Gaetano Marzotto, Mariella Burani Fashion Group, Miroglio, Pompea, Prada, Stefanel spa, Tod's, Vincenzo Zucchi
Tabella

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n° pagina 18, lunghezza 1/10 di pagina

Dati del settore: abbigliamento intimo donna, uomo corsetteria e costumi da bagno

Per l'industria dell'abbigliamento intimo donna, il 2004 è stato un anno negativo. Il valore delle importazioni su quello dei consumi alla produzione è aumentato al ...%, ... punti in più del 2000. Il valore della produzione nazionale di costumi da bagno è rimasto stazionario nel 2004, con ... milioni di euro. Le esportazioni sono aumentate del ...%, e le importazioni del%

Citati:



Titolo GRANDI MAGAZZINI
- Percorso di lettura
Codice [PL-1006-004.pdf](#)
Edizione 10/2006
Editore Editoriale Largo Consumo



Titolo CENTRI COMMERCIALI, OUTLET E IMMOBILIARISMO COMMERCIALE
- Percorso di lettura
Codice [PL-0506-009.pdf](#)
Edizione 05/2006
Editore Editoriale Largo Consumo



Titolo FRANCHISING
- Percorso di lettura
Codice [PL-1006-012.pdf](#)
Edizione 10/2006
Editore Editoriale Largo Consumo



Arena Sportwear, Bs Private Equity, Imec, Intimo3, La Perla, Liabel, Linclalor, Manifattura di Valduggia, Manifatture del Nord, Ragno, Sara Lee, Triumph, Zambaiti
Notizia

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n° pagina 18, lunghezza 1/3 di pagina

La struttura della distribuzione dei prodotti di abbigliamento: 2004 (quota % per canale su totale prodotto = 100)

La struttura della distribuzione secondo i dati di Sita Ricerca e Sistema moda Italia nei settori: vestiario esterno uomo, vestiario esterno donna, maglieria esterna uomo, maglieria esterna donna, abbigliamento in pelle, camiceria uomo, camiceria donna, abbigliamento junior, **intimo uomo intimo donna**, costumi da bagno, calzetteria maschile, calzetteria femminile, cravatte, sciarpe/foulards, biancheria casa.

Citati:

Sistema Moda Italia, Sita Ricerca
Tabella

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n° pagina 19, lunghezza 1/3 di pagina

Gli investimenti pubblicitari netti per settore dell'abbigliamento: 2001-2005 (in migliaia di euro)

Gli investimenti pubblicitari netti secondo i dati di Adex - Nielsen Media Research nei settori: abbigliamento, abbigliamento in pelle, **underwear**, abbigliamento sportivo, abbigliamento bambini, accessori abbigliamento, punti vendita abbigliamento, fibre/filati/tessuti.

Citati:

Adex - Nielsen Media Research
Tabella

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n° pagina 23, lunghezza 1/10 di pagina

Gli investimenti in pubblicità

Nel 2005 le imprese dell'abbigliamento e delle calzature hanno ripreso a investire in pubblicità con un incremento della spesa del ...%. La spesa complessiva, in base ai dati Adex - Nielsen Media Research è stata di ... milioni di euro, pari al% di quella di tutti i settori. La spesa dell'abbigliamento è aumentata a milioni (+.....%) e quella delle calzature a milioni (+.....%), mentre quella dell'intimo e della corsetteria è diminuita del%.

Citati:

Adex - Nielsen Media Research, Calzedonia, Geox, Golden Lady, Nike
Notizia

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n° pagina 25, lunghezza 1/3 di pagina

Le prime 50 imprese per Roi: 2004 (in%)

Le prime 50 imprese per Roi: 2004 (in%). Imprese e settore secondo i dati di Bureau Van Dijk.

Citati:

A.P.G., Antinea, B.A.V. Shoes, B.Z. Moda, Beta, Bros Manifatture, Bureau Van Dijk, Calzaturificio Loncar Due, Calzaturificio Re Marcello, Canali, Dama, Deanna, Deborah, Diesel, Doc Generici, Enne 2, F2M Confezioni, Faenza Stile, Foster, Freeland, G.P., Geox, Graffiti, Ideadue, Indas, Interfashion, Ittierre Accessories, Labor Pro Hair, Manas O Manas, Manifattura Riese, Manifatture del Nord, Mardi, Marfur, Maumari, Morellato, Nuova Maxmode, P & F Group Divisione Abbigliamento, Pantytex, Parisini Pelletterie, Pelletterie Claudia, Pigni, Piquubo, Prestige Italia, Riko Sport, Selmart, Studio Roscini, Theca Astucci, Tivoli Group, Treré Innovation Hosiery
Tabella

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n° pagina 25, lunghezza 1/3 di pagina

Il Roi per settore: 2004 (in %)

Il Roi per settore: 2004 (in %) settore e media su dati di Bureau Van Dijk.
Tabella

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n° pagina 25, lunghezza 1/3 di pagina

Le prime 50 imprese per durata del magazzino: 2004 (in giorni)

Immagine
non
disponibile

Titolo La gestion dell'inventures dans l'habillage
Tipologia Market report
Autore Eurostaf
Prezzo € 1.350

Immagine
non
disponibile

Titolo Introduzione all'organizzazione dell'industria dell'abbigliamento
Tipologia Libro
Autore Antonio Ferri Mala
Prezzo € 49
Editore Tecniche Nuove

Immagine
non
disponibile

Titolo Calze e maglie. Moda e innovazione nell'industria italiana della maglieria dal Rinascimento a oggi
Autore Carlo M. Benfanti
Editore Tre lune
Anno 2005
Pagine 192
Prezzo € 20,00



Le prime 50 imprese per durata del magazzino: 2004 (in giorni) Imprese e settore secondo i dati di Bureau Van Dijk.

Citati:

A&G Calzaturificio, A.S.S.O., Ama, Ancon, Atlante C., Bintegral, Bosch Security Systems, Bros, Bureau Van Dijk, Calzaturificio Donna Carolina, Calzaturificio Marco Botti, Calzaturificio Milly, Calzaturificio Pucci, Calzaturificio Rodolfo Zengarini, Cesare Martinoli - Caimar, Cleo Bottier F.lli Mondellini, Confezioni Sansott, Di Line, Eraclon, Focus Europe, G.P., G.R.H., Gentili Mosconi, Hugo Boss, Jeanserie Del Nord, Linstyle - Italia, Maglificio F.M.F., Maglificio Ferdinanda di Fiorin & Tomasin, Maglificio Pa-Ten, Maglificio Tatiana, Malibù, Manifattura Calze Ileana, Mario Cucchetti Tessuti, Mitica, No.Ma, Offshore Italia, Paima, Pin-Up Stars, Punto Sei, R.P.M., Riko Sport, Roc -To Retail Operating Company Torino, Rubens, Savit, Selmart, Sigla Fashion, Tre Monelli, Trimil, Viola Calzificio, Ypsilon, Zefer
Tabella

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n° pagina 25, lunghezza 1/3 di pagina

La durata del magazzino per settore: 2004 (in giorni)

La durata del magazzino per settore: 2004 (in giorni) settore e media su dati di Bureau Van Dijk.

Tabella

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n° pagina 26, lunghezza 1/3 di pagina

Le prime 50 imprese per durata debiti fornitori: 2004 (in giorni)

Le prime 50 imprese per durata debiti fornitori: 2004 (in giorni) Imprese e settore secondo i dati di Bureau Van Dijk.

Citati:

Agiesse, Arnetta, Blueprint, Bosch Security Systems, Brama Sportswear, Calzaturificio Eiffel, Calzaturificio Fontana, Calzaturificio Maxi, Calzaturificio Monterosa, Calzaturificio Pucci, Calzaturificio Roland, Calzaturificio San Giorgio, Canguro, Carrel, Centex, Confezioni Dik, D. & D. La Certosa Firenze, Diesel Rags, Fendi, Focus Europe, Garpell, Gebel, Grisport, Hugo Boss, Ibis, Il Bisonte Onio Vanni, Imex, Infioire, Ingrosso Confezioni Santini, Ledibi, Maglificio B.M., Maglificio Fiesole, Manas O Manas, Moretti Group International, Natalizia Bunker, Nuova Maxmode, Pimmy, Pitre, Progettotenda, Quattro Più, Ras 2000, Reebok Italia, Riko Sport, Salomon Sangiorgio, Talenti, Trever Weipper Jeanswear, Trimil, Triumph International Rome, Wykt, Xanthia
Tabella

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n° pagina 26, lunghezza 1/3 di pagina

La durata dei debiti fornitori: 2004 (in giorni)

La durata dei debiti fornitori: 2004 (in giorni) settore e media su dati di Bureau Van Dijk.

Tabella

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n° pagina 26, lunghezza 1/3 di pagina

Le prime 50 imprese per durata crediti clienti: 2004 (in giorni)

Le prime 50 imprese per durata crediti clienti: 2004 (in giorni) Imprese e settore secondo i dati di Bureau Van Dijk.

Citati:

Antinea, Bahia-Intergroup, Borgo 21, Calzaturificio Alexandria, Calzaturificio Brunate, Calzaturificio Donna Carolina, Calzaturificio Lori, Calzaturificio Melin, Calzaturificio Milly, Calzaturificio Orion, Calzaturificio San Giorgio, Calzaturificio Skandia, Camiceria Montegrappa, Comet Corsetteria, Compar, Deimos, Diamant, Diesel Rags, Dol Cast, Epoca, Fashion Time, Fendi, Footsie, Gemini Italia, Gemme, Hart, Imex, Jeanserie Del Nord, Linea Marche Industria, Manifattura Rosati, Marzotto, Mec Europa, Musani, Pantytex, Pelletteria Reta, Prada, Pratika, Ras 2000, Rem´s, Riko Sport, S.C.M., Salvatore Ferragamo Italia, Stefanel, Tonali, Top Tris, Vestire, Via Delle Perle, Zanella Confezioni, Zeis, Zetab
Tabella

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n° pagina 26, lunghezza 1/3 di pagina

La durata dei crediti clienti per settore: 2004 (in giorni)

La durata dei crediti clienti per settore: 2004 (in giorni) settore e media su dati di Bureau Van Dijk.

Notizia



Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n° pagina 39, lunghezza 1/2 pagina
Corsetteria e costumi da bagno: I risultati delle principali imprese del sistema moda in Italia: 2003-2004

Fatturato, valore aggiunto, utili/perdite, numero dipendenti. Imprese con fatturato tra i 211 e i 6 milioni di euro.

Citati:

Areana Italia spa, Comet Corsetteria, Confezioni Cigi srl, Confezioni Superior spa, Creazioni Desiré Styl srl, Diben Lingerie srl, Fratelli Gagliardi, Genesi srl, Giesse di Solmi Enzo spa, Gios Confezioni srl, Igam spa, Iluna Group, Infiores, Intima Moda spa, La Perla, Lormar srl, Luca'S Fashion srl, Maglificio Creazioni Alice srl, Parah spa, Revella Europe srl, Sara Lee Branded Apparel Italia, Triumph International Rome s, Xacus srl

Tabella

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n° pagina 39, lunghezza 1/3 di pagina

Maglieria intima e notte: I risultati delle principali imprese del sistema moda in Italia: 2003-2004

Fatturato, valore aggiunto, utili/perdite, numero dipendenti relativamente ad imprese produttrici di maglieria intima e notte con fatturato compreso tra i 153 e i 5 milioni di euro.

Citati:

Compagnia Italiana Intimo spa, Confezioni Garda spa, Cottonella spa, Cotton Club srl, Delmar spa, Emmeci spa, F.R.M. Group srl, Gibò, Imec, Infil scarl, Italian Fashion Company srl, La Signoria di Firenze srl, Ladyberg spa, Liabel, Linclalor, Lisanza - Maglificio Lisanese spa, Maglierie Manufat spa, Maglificio Irge spa, Manifattura di Valduggia, Manifatture del Nord, Perofil spa, Samma spa, Trucco Tessile spa.

Tabella

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 126, lunghezza 2 pagine

Nuovi media per la biancheria

Il settore diversifica la propria scelta dei canali, inserendo i magazine aziendali, i siti Internet, le sponsorizzazioni. Nel difficile scenario economico attuale, in cui la maggior parte dei comparti del settore tessile-abbigliamento rilevano più o meno evidenti segni di difficoltà, l'intimo non rappresenta un'eccezione. Il saldo commerciale del comparto è negativo a causa principalmente degli impulsi recessivi del commercio con l'estero e dell'accelerazione dei flussi in entrata.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Gli strumenti di comunicazione](#)
- [La comunicazione dell'intimo in pillole](#)

Citati:

Alpa Francesco, Armando Testa, Cardinali Isabella, Cottier Verena, Csp International, Geronzi Roberto, Golden Lady Company, H&M, Istat, La Perla, Nigacalze, Sirani Elisabetta, Sistema moda Italia, Wolford

Articolo

Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n° pagina 51, lunghezza 5 Pagine

Abbigliamento allo specchio

Tendenze moda nell'abbigliamento: in anteprima temi, stili e colori delle collezioni che il prossimo autunno-inverno verranno proposte, dalla distribuzione organizzata, al grande dettaglio. Focus su maglieria, pelletteria, jeans e sportswear.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Box: 59.ma edizione di Moda Prima, salone internazionale delle collezioni di moda e accessori
- Box: parlano le cifre. bilancio annuale dell'industria tessile-abbigliamento
- [L'industria del tessile-abbigliamento italiana: 2002-2005 \(in milioni di euro correnti\)](#)

Citati:

Ati federazione imprese tessile e moda italiane, Borretto Antonio, Caldi Cinzia, Canali, Canali Genesio, Carnevale 51, Carnevale Maglieria 1951, Carrera, Carrera Point, Centro di Firenze per la moda italiana, Cermes-Bocconi, Cinti, Cisalfa, Costantino Antoni, Dellera, Dellera Gigliola, Dellera Mattia, Dialogo, Donna Enrica, Donna Enrica Tricot, Efima, Fiera Milano City, Folk & Folk, Glamour Gold, Gruppo Incom, Henriette, Idt, La Rinascente, Linea Moda, Lombardi Enrica, Mabal, Mele Angelo, Modaprima International, Nets, Pickwick, Pitti Immagine, Pretesto, Rica Lewis, Scarpe & Scarpe, Smi (sistema Moda Italia), Tacchella Gianluca, Unione regionale delle Camere di commercio, Verticaldy Cashmere

Articolo



Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n° pagina 81, lunghezza 1/5 di pagina

A Postalmarket l'esclusiva la Redoute

L'azienda di Peschiera Borromeo (Mi) distribuirà le collezioni della francese La Redoute, divisione di Redcats, in esclusiva per il mercato italiano collegato al sito www.postalmarket.it. Composta da 2.500 articoli, l'offerta La Redoute è focalizzata sulla collezione donna, articolata in più linee e stili, integrata da accessori, abbigliamento intimo...neonato, bambino, uomo sport.....

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n° pagina 89, lunghezza 1/6 di pagina

Intimissimi alla conquista degli Usa

Franchisor & Franchisee: Il brand italiano di abbigliamento intimo entra in grande stile nel mercato americano grazie all'accordo siglato con Victoria's Secret, divisione di per la commercializzazione delle sue collezioni sul mercato americano. Alla prima boutique, inaugurata nell'ottobre scorso all'..., seguiranno altre ... aperture tra la fine del 2005 e l'estate 2007...continua...

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 12/2005, n° pagina 137

Ambiziosi obiettivi per Unitessile

Profili e carriere: Emilio Mauro è stato nominato direttore generale del gruppo Unitessile spa, l'azienda trevigiana di abbigliamento bambino presente sul mercato con i marchi Iana ed Ellepi, leader nella produzione dell'intimo. Attraverso la nuova nomina, il gruppo mira a ottimizzare le funzioni ...

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 9/2005, n° pagina 89, lunghezza 1/5 di pagina

Le opportunità Infiore

Franchisor & Franchisee: Nata nel 1963 come azienda produttrice di corsetteria, Infiore approda nel mondo del franchising nel 1998 con la catena Infiore Store, distributrice di abbigliamento intimo e moda mare. L'insegna conta attualmente su ... punti di vendita diretti e circa ... in franchising, situati nei centri storici con almeno ... abitanti e nei principali centri commerciali. La superficie minima richiesta è di circa ... mq, con almeno ...mq di magazzino...continua...

Notizia

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

Il progetto Yamamay

Franchisor&Franchisee: Yamamay è un progetto franchising monomarca ideato dalle famiglie Garda e Cimmino per la vendita di pigiameria, 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 4/2005, n° pagina 83, lunghezza 1/6 di pagina

Calzedonia mette il turbo

Franchisor & Franchisee: Con 3 marchi (Calzedonia, Intimissimi e Tezenis) e 1.703 negozi al mondo, il gruppo di Sandro Veronesi ha letteralmente scalato il mercato dell'intimo e della calzetteria.

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 3/2005, n° pagina 95, lunghezza 1/6 di pagina

Liguero e i suoi plus

Franchisor & Franchisee: l'investimento contenuto e l'assenza di magazzino costituiscono i punti di forza della formula franchising di Liguero, l'insegna di abbigliamento intimo e moda mare presente sul territorio italiano dal 1997. Il rischio di stoccaggi improduttivi è limitato da....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 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



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 64

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 1/2005, n° pagina 70, lunghezza -

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 06/2004, n° pagina 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, 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](#)"