



# Fiere in fieri: on stage lingerie e beachwear

dall'asia all'europa, ecco cosa c'è di nuovo nel panorama delle manifestazioni fieristiche dedicate all'abbigliamento intimo e alla moda mare - senza dimenticare il côté relativo ai tessuti e agli accessori per il settore

di Elena Azzola

Archiviati gli appuntamenti di inizio settembre con Mode City e Interfilière di Parigi e in attesa dell'imprevedibile Salon International de la Lingerie - in calendario nella Ville Lumière dal 23 al 25 gennaio, insieme a una nuova edizione di Interfilière (preceduta dalla vetrina di preview Interfilière Evolution Days il 17 e 18 novembre) - il comparto dell'intimo si prepara a un'importante fiera asiatica, curata dai medesimi organizzatori di Eurovet: Shanghai Mode Lingerie, in programma il 19 e 20 ottobre al Shanghai Exhibition Center. Alla sua quinta edizione, la rassegna mira a rappresentare qui - nel cuore di un continente che ha un ruolo centrale nel sourcing per il settore e che, allo stesso tempo, si sta imponendo come promettente mercato di sbocco per i prodotti finiti - tutte le sfaccettature dell'industria e del commercio dell'underwear. Su una superficie di 8mila metri quadri, sono attesi 200 espositori internazionali. Per quanto concerne il côté relativo a fibre, tessuti e accessori, hanno confermato la loro presenza dall'Europa realtà come Bischoff, Brunet, Boselli, Macpi, Noyon, Piave Maitex Protechnic e Willy Hermann, mentre dall'Asia ci saranno, tra le

altre, Defa, Femina Lace, Juncai, Reyping, Tian siYida, Tengfei e Yangsheng Heng. Label internazionali e locali trovano posto anche in Private Lingerie, la parte della manifestazione che, attraverso sfilate e stand personalizzati, mette in primo piano le collezioni. In questo ambito, si presentano per la prima volta anche prestigiosi marchi di lingerie francesi come Chantelle, Passionata, Gerbe, Aubade e Simone Pérèle. Lo scorso anno sono intervenuti al meeting di Shanghai 4.700 visitatori da 58 Paesi. In Estremo Oriente, lo ricordiamo, Eurovet organizza anche Hong Kong Mode Lingerie, la cui prossima edizione si terrà dal 30 al 31 marzo 2010. Passando al Vecchio Continente, a Berlino si segnala la nascita di un nuovo "saloncino" dedicato al segmento più alto del mercato della lingerie. Si tratta di Boudoir, che ha debuttato durante la scorsa Berlin Fashion Week di luglio nello spazio di mille metri quadri dei Delight Studios di Saarbrücker Strasse 37, vicino ad Alexanderplatz. L'appuntamento sarà riproposto dal 20 al 21 gennaio 2010, confermando la scelta di abbinare le proposte di intimo a selezionati prodotti di bellezza e accessori, a mo' di concept store.

appuntamento è fissato dal 25 al 27 luglio 2010. Infine, uno sguardo alle iniziative italiane. Mare D'Amare si segnala come l'unico evento fieristico di stanza nel nostro Paese dedicato alle collezioni di beachwear. La sua seconda prova si è tenuta a inizio luglio scorso presso la Fortezza da Basso di Firenze: qui 130 aziende - tra le quali Christies, Triumph, Playtex, Blumarine, Maryan Mehlor, Ritratti, Pain de Sucre, Calvin Klein, Andres Sarda e Parah - hanno svelato le proposte per la primavera-estate 2010 alla presenza di oltre 4.400 visitatori, in deciso aumento rispetto ai 3mila della passata edizione, nonostante i venti di crisi. Nel 2010 l'evento, organizzato dall'associazione Toscana D'amare, dovrebbe collocarsi nell'ultima settimana di giugno o nella terza di luglio. Sui materiali per la moda mare e l'intimo salone "not to miss" è MarediModa IntimodiModa, il cui ottavo appuntamento va in scena a Cannes dal 25 al 27 novembre. La rassegna - che ha un piccolo "prologo" il 13 e 14 ottobre a palazzo Prisco di Monaco di Baviera, con circa 30 aziende impegnate a presentare le pre-collezioni per il beachwear del 2011 a confezionisti dell'Europa orientale - si caratterizza per essere il palcoscenico delle più qualificate realtà europee del settore, con una consistente rappresentanza italiana, in primis del distretto comasco. All'ultimo passaggio MarediModa IntimodiModa ha potuto contare su 120 espositori e un pubblico di oltre 2.800 visitatori, espressione di 730 aziende di una quarantina di nazioni. "La nostra manifestazione - spiega Claudio Taiana, presidente di MarediModa IntimodiModa - non è solo un contenitore di proposte, ma piuttosto una piattaforma di servizi avanzati: un polo di eccellenza che si configura come presidio dinamico di quella cultura tessile europea riconosciuta come inarrivabile da tutti i confezionisti di prodotti di qualità".

## Il rilancio di Bodylook e le iniziative italiane a Firenze e Cannes

In Germania vive una fase di rilancio, già concretizzata alla scorsa edizione di luglio, Bodylook di Düsseldorf. Dopo quella che gli organizzatori hanno definito una "pausa strategica" durata una stagione, la kermesse è ripartita infatti alla grande nel 2009, con un innalzamento della qualità globale "e con l'obiettivo - ha affermato Angelika Grammozi, project director - di realizzare il giusto contenitore per le aspettative sia dell'industria, sia del trade". Risultato: più glamour, più eleganza negli allestimenti, più sfilate e aree espositive più chiare. Il prossimo



## news Lycra Sport: standard più alti

Lanciato in anteprima alla fiera Outdoor Retailer Summer Market di Salt Lake City (Utah), Lycra Sport introduce nuovi parametri qualitativi a livello mondiale per la valutazione delle performance dei tessuti contenenti la fibra Lycra e destinati al settore active e outdoor. La campagna di marketing worldwide Lycra Sport fabric, "More Power to You", è costituita da strumenti di comunicazione quali un nuovo logo, cartellini identificativi e una sezione pubblicitaria dedicata all'interno del sito Internet ([www.lycra.com/sport](http://www.lycra.com/sport)).

## 9 countries, 9 men, 1 winner

Calvin Klein Underwear ha concluso presso il Jam Store La Rinascente di Roma il quarto e ultimo casting per trovare il vincitore del concorso "9 countries, 9 men, 1 winner". Il finalista di ciascun Paese partecipante sarà annunciato ufficialmente nel febbraio del 2010. Gli ultimi nove candidati competeranno poi nella finalissima che si terrà in aprile: il voto del pubblico decreterà il vincitore, che riceverà un contratto di lavoro per un anno con Select Model Management e un viaggio di lusso per due persone in Sudafrica.



## Liaison tra H&M e Sonia Rykiel

Una nuova collaborazione con i grandi della moda per H&M: questa volta si tratta della maison francese Sonia Rykiel, che firmerà una collezione di lingerie, al debutto il 5 dicembre in 1.500 punti vendita del colosso scandinavo, oltre che nelle principali boutique della griffe nel mondo. Seguirà una linea di maglieria, in vendita dal febbraio 2010.

## Liabel e BasicNet: intesa per l'intimo

Liabel e BasicNet hanno siglato un accordo per la creazione di collezioni di intimo e pigiama dedicate al neonato e al bambino (0-14 anni) firmate Superga e Robe di Kappa. Secondo l'intesa, Liabel si occuperà dello sviluppo, della produzione e della commercializzazione relativi ai due marchi dello sport e tempo libero.

# Interfilière: qualità eco-friendly

è presto per parlare di ripresa, ma all'orizzonte si comincia a intravedere qualche schiarita - intanto le aziende puntano sull'innovazione, con un occhio di riguardo all'ambiente

"La ripresa non è lontana". La nota ufficiale di bilancio dell'ultima edizione di Interfilière (svoltasi dal 5 al 7 settembre al Paris Expo di Porte de Versailles), diramata dall'ente organizzatore Eurovet, chiude con questo messaggio ottimistico. Riferendo anche di un'animazione costante lungo tutti i tre giorni del salone: di un buon umore generale, insomma, di un'edizione riuscita. Quello che non viene comunicato è il totale delle presenze: omissione giustificata con la volontà di fornire una visione sul qualitativo piuttosto che sul quantitativo. "Il profilo dei visitatori è sempre più qualificato - affermano gli organizzatori -, l'87% del totale dei compratori si è rivelato decisionista a livello di acquisto". Ergo: non si è perso tempo. Del resto, anche a detta degli espositori le prime avvisaglie di schiarita cominciano a manifestarsi: "Più che altro sono segnali di arresto della calata -

commerciale di Eurojersey - fino a luglio-agosto abbiamo continuato a registrare un rallentamento, ma a settembre siamo tornati sui valori dello scorso anno". "È presto per parlare di ripresa - continua Conconi -. Il confronto con i confezionisti rivela ancora alti e bassi e per molti la crisi si protrarrà per tutto il 2010". "A Interfilière l'affluenza è stata più o meno in linea con quella dell'anno passato, ma non si può certo dire che si sia in fase di risalita - concorda

Luca Bianco, managing director del Maglificio Ripa -. Sebbene gli ordini siano partiti abbastanza bene, occorre aspettare la fine di ottobre, quando avremo sotto mano il raccolto delle collezioni mare, per capire in quale direzione sta andando realmente il mercato. La ripresa credo arriverà prima nella fascia medio-alta, premiando la ricerca e gli investimenti sul prodotto". L'innovazione va tenuta costante anzi accelerata, stagione dopo



10% del fatturato (ndr: pari a 15 milioni di euro) in prodotti nuovi e in servizio - aggiunge Bianco -. In questo momento è importante che si instauri un rapporto di stretta complicità tra il tessitore e il confezionista". Ma cosa chiede il mercato ora? La risposta degli operatori è un coro unanime: qualità, comfort perfetto e, sempre con maggior decisione, rispetto per la salute del pianeta e dei suoi abitanti. E per questo che i produttori italiani di articoli destinati all'intimo, al mare e allo sport alzano gli standard tecnici e strizzano l'occhio all'ambiente. E se Eurojersey è pioniere del filone "eco" con il programma SensitiveEcoSystem, lanciato tre anni fa, il Maglificio Ripa punta sull'effetto benessere dei Light Ultralight finezza 54, sui cotonei 100%, sui tessuti a base di bambù e proteina del latte. Una responsabilità di Conconi, ci teneva invece



per il 78% da fibre in poliestere riciclato da scarti di bottiglie, e Amazzonia, un articolo derivato dal mais che impiega il Biophyl di DuPont. Più a monte della filiera, in ambito fibre, anche Creora di Hyosung ritiene che i principi di sostenibilità ambientale siano punti chiave del tessile per il 2011 e scommette su prodotti attenti agli sprechi - come Creora Eco con H-550, l'elastane che si forma a bassa temperatura, ora anche con una stampa migliore e un bianco più bianco, o Creora Black II 100D, e su tessuti a base di cotone e bambù.