

News

a cura di Laura Bittau e Benedetta Curti

Vola il titolo di Aeffe in borsa dopo l'accordo di licenza con la Ferragni



Chiara Ferragni rilancia nell'intimo e nel beachwear, siglando un accordo di licenza pluriennale con Velmar, società specializzata nella produzione e distribuzione globale delle collezioni intimo e beachwear e parte del gruppo Aeffe. L'annuncio è arrivato a poche ore di distanza dalla notizia di espansione nel settore childrenswear, grazie al contratto di licenza quinquennale con Monnalisa (vedere MFF del 24 novembre). Il nuovo accordo ha l'obiettivo di far crescere worldwide, nel segmento intimo e beachwear, il brand

fondato da Chiara Ferragni (nella foto), attraverso la struttura e l'esperienza di Velmar. La prima collezione frutto della co-lab sarà per la stagione a-i 2021/22, e sarà disponibile in negozi selezionati e nei migliori department store internazionali, oltre che nelle boutique Chiara Ferragni e sul suo e-commerce. L'annuncio ha messo le ali al titolo Aeffe in Borsa. Al momento sta trattando in rialzo del 14,40% a 1,11 euro. «Sono super orgogliosa di questo accordo con Velmar», ha commentato la Ferragni Massimo e Alberto Ferretti sono stati i primi a credere in me quando ho iniziato la mia carriera 10 anni fa».

Yoox net-a-porter lancia Infinity 2030

L'etailer di alta moda investe nel lusso sostenibile lanciando Infinity 2030, la nuova strategia che si articola in dodici impegni strettamente legati ai sustainable development goals dell'Onu. Questi abbracciano quattro aree (circular business, circular culture, positive planet e positive people) e riflettono la mission di Yoox (nella foto, un adv), secondo cui non possa esserci sviluppo sostenibile se la dimensione ambientale e sociale non progrediscono all'unisono. Il raggiungimento dei primi obiettivi è previsto per la fine del 2020 e rappresenterà la base su cui portare avanti un cambiamento che avverrà nel corso del prossimo decennio. «Infinity promuove una trasformazione profonda verso un futuro più sostenibile e inclusivo. Questo è il passo successivo di un lavoro che da oltre dieci anni ci vede a sostegno di brand pionieri della sostenibilità, facendo leva sulla nostre competenze tecnologiche, innovative ed editoriali», ha commentato



Gorgia Roversi, director of sustainability and inclusion di Yoox.

Nuova ceo per il gruppo J.Crew



Passaggio di consegne al timone di J.Crew. L'amministratore delegato Jan Singer lascia il suo ruolo nel gruppo statunitense. A sostituirlo, Libby Wadley (nella foto),

vicedirettore del gruppo dal 2004 e poi leader di Madewell, che sotto la sua guida ha conosciuto una rapida espansione. Il rivenditore di abbigliamento con sede a New York è riemerso a settembre dal fallimento del Chapter 11 e sembra cercare di riprendersi dai colpi inferti dalla pandemia.

Piquadro, ricavi in calo nel semestre

Ricavi in flessione nel semestre di Piquadro, che intravede però alcuni segni di ripresa. Il fatturato del periodo si è attestato a 48,5 milioni di euro, -37,6% rispetto allo scorso anno. Nel dettaglio, i ricavi del marchio Piquadro (nella foto, uno store) sono scesi del 41,6% a 22,3 milioni, compensati dal +23,5% dell'e-commerce, quelli di The Bridge del 41,8% a 8,3 milioni, con un balzo dell'e-commerce del 51,4%, mentre quelli di Lancel sono scesi del 29,3% con l'online a +95,2%.



Le fiere della moda ripartono ancora insieme con #strongertogether

La sfida continua. Grazie al grande lavoro di squadra, alle sinergie messe in atto e ai segnali positivi registrati nella passata edizione, svolta dal 20 al 23 settembre, a marzo 2021 sarà riproposto il progetto espositivo #strongertogether. Gli appuntamenti fieristici del fashion system, infatti, si svolgeranno per la seconda volta nelle stesse date, dal 20 al 24 del mese, e nella stessa location, il quartiere fieristico Fieramilano Rho. Un vero e proprio hub espositivo che partirà con Homi fashion&jewels exhibition, l'appuntamento dedicato al bijoux, al gioiello e all'accessorio moda, che aprirà le porte sabato 20 marzo e sarà in scena fino al 22. A seguire, Micam Milano e Theone Milano. Anche questa volta, le manifestazioni si svolgeranno nel pieno rispetto delle normative anti-Covid grazie all'upgrading organizzativo del quartiere fieristico milanese. Si ripropone, così, il format vincente di #strongertogether (nella foto, un'immagine)



TikTok si allea con le pmi europee



TikTok ha svelato oggi il lancio del TikTok hub, il nuovo progetto per le pmi. La nuova piattaforma, a disposizione delle piccole e medie imprese europee e italiane, in particolare, racchiude una serie di consigli e soluzioni, semplici da usare e cost-effective, per aiutare le pmi ad attrarre nuovi consumatori e a fidelizzare quelli esistenti, con l'obiettivo di accrescere il loro successo e sostenere la crescita in un momento particolarmente difficile in tutta Europa. A seguito delle limitazioni imposte dall'emergenza sanitaria, le piccole e medie imprese italiane hanno dovuto far fronte a numerose difficoltà e rinunciare, invece, alle opportunità tradizionalmente offerte dalla stagione estiva. Il social network cinese si propone, quindi, di diventare uno strumento di supporto, forte della sua comunità di quasi 100 milioni di utenti attivi ogni mese. Alle pmi che investiranno per la prima volta sulla piattaforma nel periodo prefestivo, TikTok (nella foto, il logo) corrisponderà un credito pubblicitario equivalente alla somma investita, in modo da aumentare la visibilità. TikTok hub è disponibile da oggi in Italia, Regno Unito, Francia e Spagna. (riproduzione riservata)