MAREDAMARE®

INTERNATIONAL BEACHWEAR FAIR

FORTEZZA DA BASSO - FIRENZE

M A R E D A M A R E . E U

Rassegna Stampa

2026

Volume

NUMERO DI ARTICOLI

107

AVE

TOTALE AVE

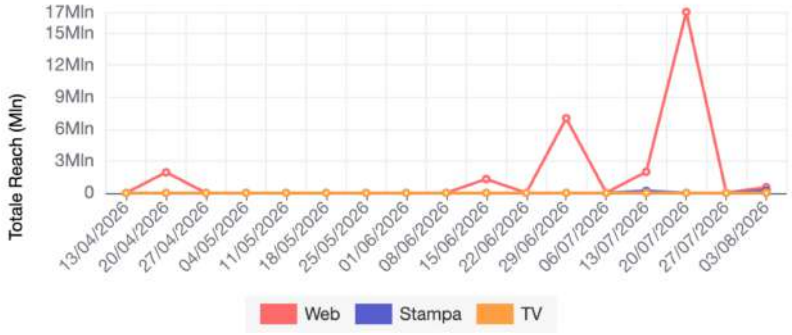
205Mil EUR

OTS

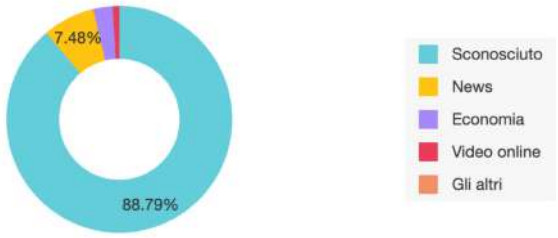
TOTALE REACH

30,1Mln

OTS - Trend per media



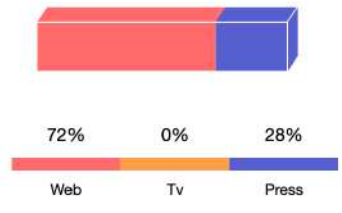
VOLUME - Split per tipo di fonte



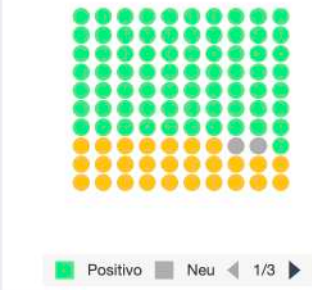
SourceCloud



AVE - Split per media



VOLUME - Split per sentiment



Crea un grafico

Paese	Vol Articoli
Italia	105
Spagna	2

Indice

Maredamare **8**

Maredamare, 250 brand a Firenze a metà luglio 8
laspola.com - 14/04/2026

Maredamare: Torna a Firenze il Beachwear Internazionale, e guarda già all'Estate 2027 9
modaglamouritalia.com - 16/04/2026

The 19th Maredamare: Summer 2027 collections on the catwalk 11
fiereitaliane.it - 16/04/2026

Maredamare, torna a Firenze dal 18 al 20 Luglio 13
paginetessili.it - 23/04/2026

La Design Week 2026 parla anche la lingua del beachwear 15
lineaintima.net - 24/04/2026

Design Week, le tendenze colore dalla moda al design 17
Ansa.it - 26/04/2026

La Design Week 2026 parla anche la lingua del beachwear 19
paginetessili.it - 26/04/2026

Design Week, le tendenze colore dalla moda al design – Moda 21
gazzettadireggio.com - 27/04/2026

AIMI annuncia la prossima ricerca 23
lineaintima.net - 02/05/2026

Dal design alla spiaggia: le tendenze 2026 uniscono Fuorisalone e beachwear 25
radiosenisenews.it - 02/05/2026

Intimo e beachwear, le nuove prospettive del retail 27
lineaintima.net - 28/05/2026

Linea I ntima Edit 29
lineaintima.net - 29/05/2026

Nuove tendenze sotto il vestito 31
Largo Consumo - 01/06/2026

Intimo e beachwear, la "rivincita" del retail: "mercato in trasformazione, il futuro è dei negozi ibridi" 33
paginetessili.it - 01/06/2026

Mare D'Amare, moda mare e accessori 35
virgilio.it - 15/06/2026

La pelletteria fiorentina sfida la crisi del 2027 36
nove.firenze.it - 19/06/2026

Maredamare anticipa le collezioni che faranno tendenza l'estate 2027 39
paginetessili.it - 19/06/2026

Maredamare presenta le tendenze per l'estate 2027 41
lineaintima.net - 19/06/2026

Il Kaleido delle tendenze di Maredamare 43
laspola.com - 22/06/2026

AIMI da appuntamento a Maredamare 44
lineaintima.net - 23/06/2026

Costumi da bagno estate 2026 da comprare ora: i modelli che vedremo ovunque 45
Amando.it - 24/06/2026

Maredamare, Firenze 47
eventiintoscana.it - 24/06/2026

Economia e finanza: gli avvenimenti di MARTEDI' 30 giugno 48
Borsaitaliana.it - 29/06/2026

Beachwear trend, i costume da bagno che faranno tendenza l'estate 2027 56
Ansa.it - 29/06/2026

Costumi da bagno estate 2027: le tendenze da non perdere 58
gaeta.it - 29/06/2026

Beachwear trend, i costumi da bagno che faranno tendenza l’estate 2027 59
Ansa.it - 29/06/2026

Costumi da bagno 2027: le tendenze beachwear da non perdere 61
gaeta.it - 30/06/2026

Beachwear trend, i costumi da bagno che faranno tendenza l'estate 2027 – Moda 63
gazzettadireggio.com - 30/06/2026

Maredamare anticipa le collezioni che faranno tendenza l'estate 2027 65
tirrenonotizie.blogspot.com - 30/06/2026

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze 66
Il Sole 24 Ore.com Finanza e Mercati - 01/07/2026

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze 67
QN Economia Web - 01/07/2026

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze 68
Il Messaggero - 01/07/2026

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze 69
tempoitalia.it - 01/07/2026

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze 70
ilmattino.it - 01/07/2026

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze 71
leggo.it - 01/07/2026

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze 72
ilgazzettino.it - 01/07/2026

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze 73
corriereadriatico.it - 01/07/2026

Il beachwear supera gli 830 milioni in Italia. Dai turisti quarto dello shopping 74
pambianconews.com - 01/07/2026

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze 76
askanews.it - 01/07/2026

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze 77
LiberoQuotidiano.it - 01/07/2026

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze 78

Libero.it - 01/07/2026

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze 79
gazzettamatin.com - 01/07/2026

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze 80
corrieredipalermo.it - 01/07/2026

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze 81
gazzettadigenova.it - 01/07/2026

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze 82
cronachediabruzzoemolise.it - 01/07/2026

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze 83
corrieredellasardegna.it - 01/07/2026

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze 84
cronachedelmezzogiorno.it - 01/07/2026

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze 85
primopiano24.it - 01/07/2026

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze 86
ilcorrieredibologna.it - 01/07/2026

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze 87
ilgiornaleditorino.it - 01/07/2026

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze 88
ildenaro.it - 01/07/2026

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze 92
magazine-italia.it - 01/07/2026

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze 93
corrierediancona.it - 01/07/2026

Beachwear: il mercato italiano della moda mare vale oltre 830 milioni di euro 94
Quotidiano.net - 01/07/2026

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze 96
notiziarioflegreo.it - 01/07/2026

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze 97
cronachedimilano.com - 01/07/2026

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze 98
investimentinews.it - 01/07/2026

Maredamare 2026 tutte le novità 99
lineaintima.net - 01/07/2026

Beachwear, il mercato italiano vale oltre 830 milioni di euro 101
paginetessili.it - 02/07/2026

Beachwear, il mercato italiano vale oltre 830 milioni di euro 103
paginetessili.it - 02/07/2026

MAREDAMARE, LA FIERA INTERNAZIONALE DEL BEACHWEAR TORNA A FIRENZE DAL 18 AL 20 LUGLIO 105
modeemodi.wordpress.com - 03/07/2026

La moda baño europea factura 23.000 millones de euros 108

globalfashionexport.net - 07/07/2026

Maredamare ed AIMI comunicano i dati sul settore mare 109
lineaintima.net - 07/07/2026

Maredamare 2026: Firenze capitale internazionale del beachwear - Nonsolomodanews.it 112
nonsolomodanews.it - 07/07/2026

Maredamare è in scena a Firenze dal 18 al 20 luglio 114
fashionunited.it - 10/07/2026

CNA Federmoda torna con WeLoveModainItaly Cruise & Resort a Maredamare 116
nonsolomodanews.it - 10/07/2026

Maredamare è in scena a Firenze dal 18 al 20 luglio 117
eventi.news - 10/07/2026

Beachwear: un mercato da oltre 830 milioni di euro in Italia 119
it.fashionnetwork.com - 12/07/2026

Alla Fortezza da Basso la XIX edizione di Maredamare 121
nove.firenze.it - 12/07/2026

Maredamare, Elisabetta Gregoraci sfila alla Fortezza da Basso per le collezioni estate 2027 123
firenzedintorni.it - 13/07/2026

Fiera del beachwear a Firenze 124
corrierepl.it - 14/07/2026

Fiera del beachwear a Firenze 126
newmediaeuropeanpress.eu - 14/07/2026

Maredamare, conto alla rovescia per l'edizione più partecipata degli ultimi anni 128
paginetessili.it - 14/07/2026

Maredamare torna a Firenze con più di 250 brand e spinge sulla sostenibilità 130
it.fashionnetwork.com - 14/07/2026

Maredamare celebrará su mejor edición 132
globalfashionexport.net - 15/07/2026

Maredamare: dal 18 al 20 luglio il lato cool dell’estate 133
nove.firenze.it - 15/07/2026

Maredamare svela le tendenze di beachwear e resortwear per l'estate 2027 136
it.fashionnetwork.com - 16/07/2026

Moda, è l'ora della fiera dei costumi da bagno (che evolve verso il total look estivo) 137
t24.ilsole24ore.com - 16/07/2026

Maredamare 2026: il manifesto del beachwear mediterraneo 139
nove.firenze.it - 18/07/2026

Firenze - Maredamare, edizione record per settore che vale 830 mln 142
Toscanatv.com - 18/07/2026

Maredamare: al via la XIX edizione 143
pinkandchic.net - 18/07/2026

Lombardia, il business vista mare «La boutique può resistere all online» 144
Il Giorno - 19/07/2026

Beachwear, le nuove tendenze per i costumi da bagno 146
Ansa.it - 19/07/2026

ITALIA7 - SPECIALE TGT - MAREDAMARE 2026 ALLA FORTEZZA DA BASSO 148
TV 1 (IT) - 20/07/2026

Così cambierà la moda mare nel 2027 (e si indosserà ben oltre la spiaggia) 149
elle.com/it - 20/07/2026

Così cambierà la moda mare nel 2027 (e si indosserà ben oltre la spiaggia) 152
Msn (Italia) - 21/07/2026

Maredamare, boom di buyer esteri per la XIX edizione 155
nove.firenze.it - 21/07/2026

Export: a Maredamare presenza buyer esteri in crescita (+70%) 156
firenzedintorni.it - 21/07/2026

Maredamare: buyer esteri in crescita del 70% rispetto al 2025 157
fashionunited.it - 21/07/2026

Maredamare: Cresce sui mercati Internazionali, Buyer esteri in aumento del 70% 159
modaglamouritalia.com - 21/07/2026

Maredamare: buyer esteri in crescita del 70% rispetto al 2025 161
eventi.news - 22/07/2026

Maredamare, boom di buyer esteri per la XIX edizione: cresciuti del 70% rispetto al 2025 163
paginetessili.it - 22/07/2026

Maredamare parla straniero 165
laspola.com - 22/07/2026

Aumentano i buyer esteri a Maredamare: il 70% in più a Firenze per il salone del beachwear 167
t24.ilsole24ore.com - 22/07/2026

RTV 38 - IL SETTORE BEACHWEAR CONTINUA A CRESCERE 168
RTV38 (IT) - 22/07/2026

Maredamare 2026: nella XIX edizione buyer esteri +70% da 58 nazioni 169
it.fashionnetwork.com - 22/07/2026

Maredamare 2026: nella XIX edizione buyer esteri +70% da 58 nazioni 173
eventi.news - 23/07/2026

Beachwear e resortwear: le tendenze dell'estate 2027 da Maredamare 174
notizie.it - 23/07/2026

Ropa de playa y de resort: tendencias de verano 2027 de Maredamare 177
notizie.it - 23/07/2026

Moda mare 2027: le anticipazioni internazionali di un mercato da 830 milioni di euro 179
caprievent.it - 26/07/2026

Maredamare 2026 svela l’estate 2027: innovazione, sostenibilità e nuovi trend 181
donna fashion news - 26/07/2026

Maredamare, in forte crescita i buyer esteri 183
lineaintima.net - 27/07/2026

Maredamare: Cresce sui mercati Internazionali, Buyer esteri in aumento del 70% 185
modaglamouritalia.com - 27/07/2026

Beachwear stabile a 830 milioni di ricavi in Italia 186
MF (ITA) - 07/08/2026

Beachwear stabile a 830 milioni di ricavi in Italia 187

MF Fashion - 07/08/2026

Beachwear stabile a 830 milioni di ricavi in Italia 188
Milanofinanza.it - 07/08/2026

Beachwear stabile a 830 milioni in Italia 190
Msn (Italia) - 07/08/2026

Maredamare, 250 brand a Firenze a metà luglio



La Fortezza da Basso di Firenze ospiterà, come sempre, Maredamare, che a luglio (18-20) celebrerà la 19′ edizione dell'appuntamento, dedicato alle collezioni dell'estate 2027. Attesi oltre 250 brand da tutto il mondo, ed una crescita delle sezioni resortwear ed accessori: nel corso dei tre giorni buyer ed operatori di settore potranno esplorare una panoramica completa dell'evoluzione del comparto.

Si rafforzerà ulteriormente la collaborazione con Agenzia Ice, che contribuirà ad ampliare la presenza di buyer selezionati provenienti da Europa, Americhe, Medio Oriente, ed Africa.

"Maredamare – afferma Alessandro Legnaioli, presidente di Underbeach – rappresenta un punto di riferimento per il beachwear a livello internazionale, confermandosi un appuntamento strategico per gli operatori del settore grazie alla presenza dei principali player di fascia alta. La Fortezza da Basso di Firenze diventerà uno spazio di incontro e confronto capace di valorizzare creatività, innovazione e qualità, dove i partecipanti potranno scoprire 'il lato cool dell'estate', tema scelto per rappresentare questa edizione".

In programma anche un calendario fitto di eventi tra sfilate, workshop e appuntamenti dedicati ai giovani talenti. Tra questi la sfilata delle collezioni finaliste del Concorso Nazionale Professione Moda Giovani Stilisti di Cna Federmoda, la sera del 18 luglio.

"Grazie alla rafforzata collaborazione con Underbeach e ad una serie di progettualità condivise – dichiara Antonio Franceschini, responsabile nazionale di Cna Federmoda – abbiamo scelto Firenze nel periodo di Maredamare. Firenze e dintorni offrono ampie possibilità, dalla pelletteria al tessile, dalla concia all'abbigliamento, inoltre la possibilità di attivare relazioni tra giovani aspiranti ad entrare nel mondo della moda e imprese viene rafforzata dalla presenza degli espositori alla fiera leader per il beachwear".

modaglamouritalia.com

PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.21
REACH: 24

CATEGORIA DEL SITO WEB: Lifestyle/Fashion and Apparel
VISITE MENSILI: 734.02
AUTORE:
URL: www.modaglamouritalia.com

> 16 aprile 2026 alle ore 9:02

> Versione Online

Maredamare: Torna a Firenze il Beachwear Internazionale, e guarda già all'Estate 2027



Dal 18 al 20 Luglio Maredamare torna protagonista alla Fortezza da Basso con la sua XIX° edizione, confermandosi come uno degli appuntamenti più rilevanti a livello globale per il settore del Beachwear. A oltre tre mesi dall'apertura, la manifestazione registra già il quasi tutto esaurito, segnale di un comparto dinamico e in continua evoluzione. Saranno più di 250 i Brand provenienti da tutto il Mondo a presentare in anteprima le Collezioni P/E 2027, offrendo a Buyer e operatori una visione completa delle tendenze future. Accanto al Beachwear, cresce il peso di segmenti complementari come

Resortwear e accessori, a testimonianza di un mercato sempre più orientato verso il concetto di

Total Look estivo e alla contaminazione tra diversi linguaggi creativi.

Sul piano Internazionale, si rafforza la collaborazione con Agenzia Ice, che contribuirà ad ampliare la presenza di Buyer selezionati da Europa, Americhe, Medio Oriente e Africa. Una strategia che punta a consolidare il ruolo della fiera come piattaforma chiave per l'internazionalizzazione delle imprese italiane del settore.

" Maredamare rappresenta un punto di riferimento per il beachwear a livello internazionale - sottolinea Alessandro Legnaioli, Presidente di Underbeach -

La manifestazione offre una visione completa delle tendenze che segneranno l'estate 2027, rafforzando il posizionamento delle aziende sui mercati globali

". Il tema scelto per questa edizione, "il lato cool dell'estate", sintetizza l'approccio contemporaneo e innovativo della rassegna.

Non solo Business: il programma prevede anche sfilate, workshop e iniziative dedicate ai giovani talenti. Tra gli appuntamenti più attesi, la finale del

Concorso Nazionale Professione Moda Giovani Stilisti di CNA Federmoda, in programma la sera del 18 Luglio. Giunto alla sua 36ª edizione, il contest rappresenta uno dei principali trampolini di lancio per i nuovi creativi, con una sezione specifica dedicata a Intimo e Beachwear.

La scelta di Firenze come sede della finale rafforza il legame tra formazione, territorio e industria. “ Portare i giovani stilisti nei distretti produttivi significa offrire loro una maggiore consapevolezza del sistema moda

- spiega Antonio Franceschini, Responsabile Nazionale CNA Federmoda -

Un’opportunità concreta di confronto tra nuove generazioni e imprese, resa ancora più significativa dalla contemporanea presenza dei protagonisti del mercato internazionale"

.

Con numeri in crescita e un’offerta sempre più articolata, Maredamare si conferma così non solo come vetrina espositiva, ma come osservatorio privilegiato sulle evoluzioni del

Fashion estivo globale

Per Maggiori Informazioni:

The 19th Maredamare: Summer 2027 collections on the catwalk



From 18th to 20th July the Fortezza da Basso in Florence will open its doors 19th Maredamare , an international event dedicated to beachwear, resortwear, and accessories, organized by Underbeach.

With about three months to go until the event begins, it's almost sold out. Over 250 brands from around the world are arriving, ready to present collections that will preview the styles, languages, and trends of the upcoming spring/summer 2027 season. Thank you for reading this post, don't forget to subscribe! Beachwear, accessories and underwear from around the world

Over the course of the three days of the 19th Maredamare Buyers and industry professionals will have the opportunity to explore the most comprehensive overview of this sector's evolution. Alongside beachwear lines, it's also growing in its offering of resortwear and accessories, in a narrative increasingly focused on the total summer look and the intersection of creative worlds.

The review has achieved international trade fair status, confirming its solidity as the only Italian show dedicated to the beachwear, accessories, and underwear sectors. Today, the fair represents the meeting point between the best international clientele and the most qualified companies. First in Europe and among the leading ones in the sector worldwide, the 19th Maredamare It is the event that allows you to reach the best international buyers in the sector and present yourself on the national market.

A point of reference for the sector at an international level

On the business front, the collaboration with the ICE Agency is further strengthened, which will contribute to expanding the presence of selected buyers from Europe, the Americas, the Middle

East, and Africa. This commitment consolidates the role of the 19th Maredamare as a fundamental platform for the commercial development and internationalization of Italian companies.

"A benchmark for beachwear internationally and a strategic event for industry professionals thanks to the presence of the main high-end players," said Alessandro Legnaioli, president of Underbeach. "The Florentine event offers a comprehensive and expert overview of the trends that will shape summer 2027, helping to strengthen its position on global markets. "For three days, the Fortezza da Basso in Florence will become a meeting and discussion space that fosters creativity, innovation, and quality, where participants can discover 'the cool side of summer,' the theme chosen to represent this edition."

To enrich the program of the 19th Maredamare – https://maredamare.underbeach.eu/ – , a calendar of events including fashion shows, workshops, and events dedicated to young talent. Among these, the fashion show featuring the finalist collections of the CNA Federmoda National Professione Moda Giovani Stilisti Competition, the longest-running Italian contest for creatives in the sector, will take place this year in Florence on July 18th and, as per tradition, will feature a section dedicated to underwear and beachwear.

Recommended

paginetessili.it

PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.36
REACH: 29

CATEGORIA DEL SITO WEB: Business and Consumer Services/Textiles
VISITE MENSILI: 905.73
AUTORE:
URL: paginetessili.it

> 23 aprile 2026 alle ore 6:00

> Versione Online

Maredamare, torna a Firenze dal 18 al 20 Luglio

Maredamare, torna a Firenze dal 18 al 20 Luglio

aprile 23 | Pubblicato da Luigi Sorreca | Eventi News

Alla Fortezza da Basso la XIX edizione dell'appuntamento che rappresenta la vetrina di riferimento per le collezioni dell'estate 2027. Attesi oltre 250 brand da tutto il mondo, ed una crescita delle sezioni resortwear ed accessori

La voglia di mare, sole e soprattutto di nuove collezioni estive spinge sempre più forte il settore: a poco più di tre mesi dal via è già quasi tutto esaurito per la XIX edizione di Maredamare , la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach , che quest'anno tornerà alla Fortezza da Basso di Firenze dal 18 al 20 luglio , celebrando la più ampia panoramica del settore. Oltre 250 i brand attesi da tutto il mondo, pronti a presentare le collezioni che anticiperanno stili, linguaggi e tendenze della stagione spring/summer 2027. Nel corso dei tre giorni buyer ed operatori di settore potranno esplorare una panoramica completa dell'evoluzione del comparto. Accanto alle linee mare cresce la presenza del resortwear e degli accessori, in un racconto sempre più orientato al total look estivo e alla contaminazione tra mondi creativi.

Sul fronte business, si rafforza ulteriormente la collaborazione con Agenzia Ice , che contribuirà ad ampliare la presenza di buyer selezionati provenienti da Europa, Americhe, Medio Oriente, ed Africa. Un'azione strategica che consolida il ruolo della fiera come piattaforma chiave per lo sviluppo commerciale e l'internazionalizzazione delle aziende italiane.

“Maredamare rappresenta un punto di riferimento per il beachwear a livello internazionale, confermandosi un appuntamento strategico per gli operatori del settore grazie alla presenza dei principali player di fascia alta – afferma Alessandro Legnaioli presidente di Underbeach –. La manifestazione offre una visione completa e qualificata delle tendenze che segneranno l'estate 2027, contribuendo a rafforzarne il posizionamento sui mercati globali. Per tre giorni, la Fortezza da Basso di Firenze diventerà uno spazio di incontro e confronto capace di valorizzare creatività, innovazione e qualità, dove i partecipanti potranno scoprire ‘il lato cool dell'estate', tema scelto per rappresentare questa edizione”.

Ad arricchire il programma, un calendario fitto di eventi tra sfilate, workshop e appuntamenti dedicati ai giovani talenti. Tra questi, la sfilata delle collezioni finaliste del Concorso Nazionale Professione Moda Giovani Stilisti di CNA Federmoda – il più longevo contest italiano per i creativi del settore – che quest'anno si svolgerà proprio a Firenze, la sera del 18 luglio, e come da tradizione avrà una sezione dedicata ad intimo e beachwear.

“Grazie alla rafforzata collaborazione con Underbeach e ad una serie di progettualità condivise, quest'anno la fase finale del Concorso Nazionale Professione Moda Giovani Stilisti, giunto alla 36esima edizione, si terrà a Firenze nel periodo di Maredamare – dichiara Antonio Franceschini Responsabile Nazionale CNA Federmoda – Anche per questa edizione abbiamo deciso di portare i

finalisti del nostro storico concorso sul territorio per poter trasmettere loro maggiore consapevolezza di ciò che rappresentano i distretti. Firenze e dintorni offrono ampie possibilità: dalla pelletteria al tessile, dalla concia all'abbigliamento, inoltre la possibilità di attivare relazioni tra giovani aspiranti ad entrare nel mondo della moda e imprese viene rafforzata dalla presenza degli espositori alla fiera leader per il beachwear".

Get Shareaholic for Google Chrome

Ti è piaciuto questo articolo? Condividilo!

lineaintima.net

PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €1.10
REACH: 76

CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 2340.05
AUTORE:
URL: www.lineaintima.net

> 24 aprile 2026 alle ore 0:00

> Versione Online

La Design Week 2026 parla anche la lingua del beachwear

Colori profondi, matericità, fluidità delle forme, sogno come dimensione estetica sono gli stessi che...



Colori profondi, matericità, fluidità delle forme, sogno come dimensione estetica sono gli stessi che Maredamare aveva identificato come tendenze chiave del beachwear per l’estate 2026. Un dialogo tra mondi che non sorprende

C’è un filo sottile, ma sempre più evidente, che collega la creatività in mostra alla Design Week, unita alle installazioni del Fuorisalone, alla moda mare della prossima estate. Non è una coincidenza, né una semplice analogia: è il modo in cui il design, inteso come cultura del progetto e del linguaggio visivo, filtra attraverso tutti i comparti creativi, compreso quello del beachwear e del resortwear. Già nelle precedenti edizioni dell’appuntamento milanese, tra installazioni immersive, superfici materiche e sperimentazioni cromatiche, si sono osservati elementi che oggi ritornano con forza nelle collezioni di costumi e resortwear. Pattern astratti, effetti tridimensionali, giochi di trasparenze e contrasti tra opaco e lucido sono diventati codici condivisi tra i due mondi, traducendosi in capi pensati non solo per la funzionalità, ma come vere superfici espressive. Concetti stilistici che risuonano in modo sorprendentemente preciso con alcune delle tendenze già anticipate lo scorso anno a Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear e resortwear, organizzata da Underbeach, che quest’anno tornerà alla Fortezza da Basso di Firenze, dal 18 al 20 luglio anticipando stili, linguaggi e tendenze della stagione spring/summer 2027 attraverso il trend forecasting curato da Nello Marelli e dal gruppo di lavoro NEL COLORE.

Colori profondi e palette della terra, il design anticipa ciò che la moda ha indicato

La palette cromatica dominante al Salone 2026 è calda, profonda e ispirata alla terra: terracotta, argilla, ocra e marroni avvolgenti prendono il posto dei grigi freddi. A questi si affiancano, sul versante più intenso dello spettro, i blu petrolio e i blu oltremare, utilizzati in chiave di color drenching per effetti immersivi. Sono tonalità che chi lavora nel beachwear riconosce immediatamente:

compaiono con precisione nello scenario Deepness della mappa tendenze presentata a Maredamare 2025, dove i colori si fanno cupi, tagliati da bagliori incandescenti e nei pink accesi e nei blu profondi in tonalità sature che animano i fondali marini trasportati sul tessuto. Non è la prima volta che questa convergenza emerge con chiarezza.

Forme fluide, materialità, trasparenze, il progetto entra nel costume

Al Salone del Mobile 2026, tessuti che cambiano mentre ci si muove nello spazio, lampade che colorano l'aria, superfici che ricordano ossidazioni naturali: nulla è davvero fermo, nulla è completamente uniforme. È un'estetica della fluidità e del movimento che trova un corrispettivo diretto nelle silhouette drappeggiate e intrecciate, nei materiali traslucidi e nelle superfici scintillanti già previste per il beachwear 2026. Il wet look, il richiamo all'acqua con la sua alternanza di opacità e trasparenze, parla esattamente lo stesso linguaggio. Altra "contaminazione" la ritroviamo nel tema "Hello Darkness" espresso al BASE di Milano, sul buio come momento di rigenerazione. Anche qui, il parallelo con lo scenario Deepness di Maredamare è evidente: immergersi nelle profondità, andare oltre la superficie, percepire la bellezza nascosta. La stessa metafora, declinata in due mondi apparentemente distanti, racconta invece una sensibilità comune.

Artigianalità, Memoria Mediterranea, Decoro: segnali he tornano

Le tendenze colore 2026 convergono anche su verdi strutturali non saturi, oltre a neutri caldi tecnici come latte d'avena, khaki soft e sabbie minerali, con superfici tattili e micro-texture. Sono registri cromatici che si sovrappongono con notevole precisione agli scenari "Mediterranean", dove le nuance calde del sud evocano sapori antichi, e a quello "Resonance", dove i pigmenti della terra guidano una palette che mette al centro il benessere e la connessione con la natura, entrambi visti a Maredamare.

Guardando al quadrante Fantasy delle tendenze Maredamare per il 2026 — quello delle stampe sospese tra arte e immaginazione, dei colori che evocano il mistero dello spazio, della creatività che si libera dagli ormeggi — non si può non notare come anche il Fuorisalone di questa edizione della Design Week contenga progetti di questo tipo. Le installazioni sono descritte come interattive, sensoriali, coinvolgenti: una mappa di progetti immersivi tra architettura, materia, luce e suono.

ANSA.it

PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €27981.46
REACH: 1929756

CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 58664595.81
AUTORE: Agenzia ANSA
URL: www.ansa.it

> 26 aprile 2026 alle ore 14:01

> Versione Online

Design Week, le tendenze colore dalla moda al design



Tra superfici materiche e sperimentazioni cromatiche elementi ricorrenti per il beachwear 2026 C'è un filo sottile, ma sempre più robusto, che collega la creatività in mostra alla Design Week, unita alle installazioni del Fuorisalone, alla moda della prossima estate.

Non è una coincidenza: è il modo in cui il design, inteso come cultura del progetto e del linguaggio visivo, filtra attraverso tutti i comparti creativi moda, compreso quello del beachwear e del resortwear.

Tra installazioni immersive, superfici materiche e sperimentazioni cromatiche, si osservano elementi ricorrenti nella moda estate 2026 e nelle collezioni di costumi e resortwear.

Pattern astratti, effetti tridimensionali, giochi di trasparenze e contrasti tra opaco e lucido sono diventati codici condivisi tra i due mondi, traducendosi in capi pensati non solo per la funzionalità, ma come vere superfici espressive.

Concetti stilistici che risuonano in modo sorprendentemente preciso con alcune delle tendenze già anticipate lo scorso anno a Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear e resortwear, organizzata da Underbeach, che quest'anno tornerà alla Fortezza da Basso di Firenze, dal 18 al 20 luglio anticipando stili, linguaggi e tendenze della stagione spring/summer 2027 attraverso il trend forecasting curato da Nello Marelli e dal gruppo di lavoro

La palette cromatica dominante al Salone 2026 è calda, profonda e ispirata alla terra: terracotta, argilla, ocra e marroni avvolgenti prendono il posto dei grigi freddi. A questi si affiancano, sul versante più intenso dello spettro, i blu petrolio e i blu oltremare, utilizzati in chiave di color drenching per effetti immersivi. Sono tonalità che chi lavora nel beachwear riconosce immediatamente: compaiono con precisione nello scenario Deepness della mappa tendenze presentata a Maredamare 2025, dove i colori si fanno cupi, tagliati da bagliori incandescenti e nei pink accesi e nei blu profondi in tonalità sature che animano i fondali marini trasportati sul tessuto.

Al Salone del Mobile 2026, tessuti che cambiano mentre ci si muove nello spazio, lampade che colorano l'aria, superfici che ricordano ossidazioni naturali: nulla è davvero fermo, nulla è completamente uniforme. È un'estetica della fluidità e del movimento che trova un corrispettivo diretto nelle silhouette drappeggiate e intrecciate, nei materiali traslucidi e nelle superfici scintillanti già previste per il beachwear 2026. Il wet look, il richiamo all'acqua con la sua alternanza di opacità e trasparenze, parla esattamente lo stesso linguaggio. Altra “contaminazione” la ritroviamo nel tema “Hello Darkness” espresso al BASE di Milano, sul buio come momento di rigenerazione. Anche qui, il parallelo con lo scenario Deepness di Maredamare è evidente: immergersi nelle profondità, andare oltre la superficie, percepire la bellezza nascosta. La stessa metafora, declinata in due mondi apparentemente distanti, racconta invece una sensibilità comune.

Le tendenze colore 2026 convergono anche su verdi strutturali non saturi, oltre a neutri caldi tecnici come latte d'avena, khaki soft e sabbie minerali, con superfici tattili e micro-texture. Sono registri cromatici che si sovrappongono con notevole precisione agli scenari “Mediterranean”, dove le nuance calde del sud evocano sapori antichi, e a quello “Resonance”, dove i pigmenti della terra guidano una palette che mette al centro il benessere e la connessione con la natura. Guardando al quadrante Fantasy delle tendenze Maredamare per il 2026 — quello delle stampe sospese tra arte e immaginazione, dei colori che evocano il mistero dello spazio, della creatività che si libera dagli ormeggi — non si può non notare come anche il Fuorisalone di questa edizione della Design Week contenga progetti di questo tipo. Le installazioni sono descritte come interattive, sensoriali, coinvolgenti: una mappa di progetti immersivi tra architettura, materia, luce e suono. Per questo osservare il design, l'architettura e la cultura del progetto non è, per il beachwear, un esercizio laterale, ma un passaggio essenziale. Costumi da bagno, resortwear, interior design e architettura parlano oggi un linguaggio convergente: tutti esprimono lo spirito del tempo, lo Zeitgeist, e cioè la capacità di intercettare i desideri emergenti della società e tradurli in estetica, materia e visione. È anche da qui che si possono leggere in anticipo i segni di ciò che arriverà in spiaggia.

paginetessili.it

PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.42
REACH: 29

CATEGORIA DEL SITO WEB: Business and Consumer Services/Textiles
VISITE MENSILI: 905.73
AUTORE:
URL: paginetessili.it

> 26 aprile 2026 alle ore 14:05

> Versione Online

La Design Week 2026 parla anche la lingua del beachwear

La Design Week 2026 parla anche la lingua del beachwear

aprile 26 | Pubblicato da Luigi Sorreca | Eventi News

Colori profondi, matericità, fluidità delle forme, sogno come dimensione estetica sono gli stessi che Maredamare aveva identificato come tendenze chiave del beachwear per l'estate 2026. Un dialogo tra mondi che non sorprende chi conosce il funzionamento dei meccanismi della moda

C'è un filo sottile, ma sempre più robusto, che collega la creatività in mostra alla Design Week, unita alle installazioni del Fuorisalone, alla moda mare della prossima estate. Non è una coincidenza, né una semplice analogia: è il modo in cui il design, inteso come cultura del progetto e del linguaggio visivo, filtra attraverso tutti i comparti creativi, compreso quello del beachwear e del resortwear. Già nelle precedenti edizioni dell'appuntamento milanese, tra installazioni immersive, superfici materiche e sperimentazioni cromatiche, si sono osservati elementi che oggi ritornano con forza nelle collezioni di costumi e resortwear. Pattern astratti, effetti tridimensionali, giochi di trasparenze e contrasti tra opaco e lucido sono diventati codici condivisi tra i due mondi, traducendosi in capi pensati non solo per la funzionalità, ma come vere superfici espressive. Concetti stilistici che risuonano in modo sorprendentemente preciso con alcune delle tendenze già anticipate lo scorso anno a Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear e resortwear, organizzata da Underbeach, che quest'anno tornerà alla Fortezza da Basso di Firenze, dal 18 al 20 luglio anticipando stili, linguaggi e tendenze della stagione spring/summer 2027 attraverso il trend forecasting curato da Nello Marelli e dal gruppo di lavoro NEL COLORE.

COLORI PROFONDI, PALETTE DELLA TERRA: IL DESIGN ANTICIPA CIÒ CHE LA MODA MARE HA GIÀ SCELTO – La palette cromatica dominante al Salone 2026 è calda, profonda e ispirata alla terra: terracotta, argilla, ocra e marroni avvolgenti prendono il posto dei grigi freddi. A questi si affiancano, sul versante più intenso dello spettro, i blu petrolio e i blu oltremare, utilizzati in chiave di color drenching per effetti immersivi. Sono tonalità che chi lavora nel beachwear riconosce immediatamente: compaiono con precisione nello scenario Deepness della mappa tendenze presentata a Maredamare 2025, dove i colori si fanno cupi, tagliati da bagliori incandescenti e nei pink accesi e nei blu profondi in tonalità sature che animano i fondali marini trasportati sul tessuto. Non è la prima volta che questa convergenza emerge con chiarezza.

FORME FLUIDE, MATERICITÀ, TRASPARENZE: IL PROGETTO ENTRA NEL COSTUME – Al Salone del Mobile 2026, tessuti che cambiano mentre ci si muove nello spazio, lampade che colorano l'aria, superfici che ricordano ossidazioni naturali: nulla è davvero fermo, nulla è completamente uniforme. È un'estetica della fluidità e del movimento che trova un corrispettivo diretto nelle silhouette drappeggiate e intrecciate, nei materiali traslucidi e nelle superfici scintillanti già previste per il beachwear 2026. Il wet look, il richiamo all'acqua con la sua alternanza di opacità e trasparenze, parla esattamente lo stesso linguaggio. Altra “contaminazione” la ritroviamo nel tema “Hello Darkness” espresso al BASE di Milano, sul buio come momento di rigenerazione. Anche qui, il parallelo con lo scenario Deepness di Maredamare è evidente: immergersi nelle profondità, andare

oltre la superficie, percepire la bellezza nascosta. La stessa metafora, declinata in due mondi apparentemente distanti, racconta invece una sensibilità comune.

ARTIGIANALITÀ, MEMORIA MEDITERRANEA, DECORO: SEGNALI CHE TORNANO – Le tendenze colore 2026 convergono anche su verdi strutturali non saturi, oltre a neutri caldi tecnici come latte d'avena, khaki soft e sabbie minerali, con superfici tattili e micro-texture. Sono registri cromatici che si sovrappongono con notevole precisione agli scenari “Mediterranean”, dove le nuance calde del sud evocano sapori antichi, e a quello “Resonance”, dove i pigmenti della terra guidano una palette che mette al centro il benessere e la connessione con la natura, entrambi visti a Maredamare.

Guardando al quadrante Fantasy delle tendenze Maredamare per il 2026 — quello delle stampe sospese tra arte e immaginazione, dei colori che evocano il mistero dello spazio, della creatività che si libera dagli ormeggi — non si può non notare come anche il Fuorisalone di questa edizione della Design Week contenga progetti di questo tipo. Le installazioni sono descritte come interattive, sensoriali, coinvolgenti: una mappa di progetti immersivi tra architettura, materia, luce e suono.

Per questo osservare il design, l'architettura e la cultura del progetto non è, per il beachwear, un esercizio laterale, ma un passaggio essenziale. Costumi da bagno, resortwear, interior design e architettura parlano oggi un linguaggio convergente: tutti esprimono lo spirito del tempo, lo Zeitgeist, e cioè la capacità di intercettare i desideri emergenti della società e tradurli in estetica, materia e visione. È anche da qui che si possono leggere in anticipo i segni di ciò che arriverà in spiaggia.

Get Shareaholic for Google Chrome

Ti è piaciuto questo articolo? Condividilo!

gazzettadireggio.com

PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.51
REACH: 35

CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 1066.34
AUTORE:
URL: www.gazzettadireggio.com

> 27 aprile 2026 alle ore 1:49

> Versione Online

Design Week, le tendenze colore dalla moda al design – Moda

C'è un filo sottile, ma sempre più robusto, che collega la creatività in mostra alla Design Week, unita alle installazioni del Fuorisalone, alla moda della prossima estate. Non è una coincidenza: è il modo in cui il design, inteso come cultura del progetto e del linguaggio visivo, filtra attraverso tutti i comparti creativi moda, compreso quello del beachwear e del resortwear. Tra installazioni immersive, superfici materiche e sperimentazioni cromatiche, si osservano elementi ricorrenti nella moda estate 2026 e nelle collezioni di costumi e resortwear. Pattern astratti, effetti tridimensionali, giochi di trasparenze e contrasti tra opaco e lucido sono diventati codici condivisi tra i due mondi, traducendosi in capi pensati non solo per la funzionalità, ma come vere superfici espressive.

Concetti stilistici che risuonano in modo sorprendentemente preciso con alcune delle tendenze già anticipate lo scorso anno a Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear e resortwear, organizzata da Underbeach, che quest'anno tornerà alla Fortezza da Basso di Firenze, dal 18 al 20 luglio anticipando stili, linguaggi e tendenze della stagione spring/summer 2027 attraverso il trend forecasting curato da Nello Marelli e dal gruppo di lavoro

La palette cromatica dominante al Salone 2026 è calda, profonda e ispirata alla terra: terracotta, argilla, ocra e marroni avvolgenti prendono il posto dei grigi freddi. A questi si affiancano, sul versante più intenso dello spettro, i blu petrolio e i blu oltremare, utilizzati in chiave di color drenching per effetti immersivi. Sono tonalità che chi lavora nel beachwear riconosce immediatamente: compaiono con precisione nello scenario Deepness della mappa tendenze presentata a Maredamare 2025, dove i colori si fanno cupi, tagliati da bagliori incandescenti e nei pink accesi e nei blu profondi in tonalità sature che animano i fondali marini trasportati sul tessuto.

Al Salone del Mobile 2026, tessuti che cambiano mentre ci si muove nello spazio, lampade che colorano l'aria, superfici che ricordano ossidazioni naturali: nulla è davvero fermo, nulla è completamente uniforme. È un'estetica della fluidità e del movimento che trova un corrispettivo diretto nelle silhouette drappeggiate e intrecciate, nei materiali traslucidi e nelle superfici scintillanti già previste per il beachwear 2026. Il wet look, il richiamo all'acqua con la sua alternanza di opacità e trasparenze, parla esattamente lo stesso linguaggio. Altra “contaminazione” la ritroviamo nel tema “Hello Darkness” espresso al BASE di Milano, sul buio come momento di rigenerazione. Anche qui, il parallelo con lo scenario Deepness di Maredamare è evidente: immergersi nelle profondità, andare oltre la superficie, percepire la bellezza nascosta. La stessa metafora, declinata in due mondi apparentemente distanti, racconta invece una sensibilità comune.

Le tendenze colore 2026 convergono anche su verdi strutturali non saturi, oltre a neutri caldi tecnici come latte d'avena, khaki soft e sabbie minerali, con superfici tattili e micro-texture. Sono registri cromatici che si sovrappongono con notevole precisione agli scenari “Mediterranean”, dove le nuance calde del sud evocano sapori antichi, e a quello “Resonance”, dove i pigmenti della terra guidano una palette che mette al centro il benessere e la connessione con la natura. Guardando al quadrante Fantasy delle tendenze Maredamare per il 2026 — quello delle stampe sospese tra arte e immaginazione, dei colori che evocano il mistero dello spazio, della creatività che si libera dagli ormeggi — non si può non notare come anche il Fuorisalone di questa edizione della Design Week contenga progetti di questo tipo. Le installazioni sono descritte come interattive, sensoriali,

coinvolgenti: una mappa di progetti immersivi tra architettura, materia, luce e suono. Per questo osservare il design, l'architettura e la cultura del progetto non è, per il beachwear, un esercizio laterale, ma un passaggio essenziale. Costumi da bagno, resortwear, interior design e architettura parlano oggi un linguaggio convergente: tutti esprimono lo spirito del tempo, lo Zeitgeist, e cioè la capacità di intercettare i desideri emergenti della società e tradurli in estetica, materia e visione. È anche da qui che si possono leggere in anticipo i segni di ciò che arriverà in spiaggia.

Riproduzione riservata © Copyright ANSA

Leave A Reply

Devi essere connesso per inviare un commento.

lineaintima.net

PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.66
REACH: 76

CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 2340.05
AUTORE:
URL: www.lineaintima.net

> 2 maggio 2026 alle ore 0:00

> Versione Online

AIMI annuncia la prossima ricerca

AIMI associazione italiana Intimo e Mare annuncia la release della sua prossima ricerca



AIMI associazione italiana Intimo e Mare annuncia la release della sua prossima ricerca in occasione della prossima fiera MaredAmare

AIMI associazione italiana Intimo e Mare annuncia la release della sua prossima ricerca

Prima della prossima fiera fiorentina dedicata al beachwear ed alla moda mare e resort, AIMI, diffonderà una ricerca di mercato specifica commissionata ed un principale istituto nazionale sull'andamento del mercato deo Beachwear, Swimwear, Resortwear in Italia. Nell'ottica di determinare con la sua struttura e funzione elementi chiave per la rappresentatività del settore industriale e distributivo, AIMI svolge azione federativa e di supporto per le aziende associate e non del settore; la ricerca completa con dati e informazioni specifiche è a disposizione degli associati.

AIMI è stata fondata il 16 febbraio 2026 durante la manifestazione "Immagine Italia".

Nata per colmare un vuoto italiano, con il mondo dell'intimo e del mare non rappresentati nella loro pienezza da nessuna associazione a differenza di quanto accade negli altri paesi, AIMI ha come primo scopo porsi come attore di riferimento per sostenere il comparto e per sanare l'indifferenza delle istituzioni verso le specifiche opportunità e problematiche proprie del mercato della moda intima e mare, che nell'insieme rappresentano una fetta sostanziale del mercato del TA Italiano. Lo scopo primario dell'associazione infatti è creare le basi per uno sviluppo del comparto con iniziative pratiche, riuscire come "gruppo" ad avere una voce presso le istituzioni, creare una base di confronto tra imprenditori e sviluppare congiuntamente maggiori incoming di buyer esteri, oltre ovviamente a supportare le aziende nazionali verso nuovi mercati.

Aperta a tutte le aziende operanti nel mondo mare e intimo con sede in Italia, siano esse aziende di produzione, di commercializzazione o di servizi, AIMI, in collaborazione con CNA – associazione a cui AIMI si è affiliata – rende anche maggiormente fruibile agli associati la partecipazione a bandi pubblici.

La prima operazione effettuata è stata quella di fare eseguire una ricerca, da una primaria azienda di ricerche di mercato, per conoscere e fare conoscere la consistenza e il peso economico del mercato dell'intimo -tale ricerca è già a disposizione degli associati- ed il prossimo passo sarà per luglio con una ricerca sul settore dello Swim-Beach-Resortwear fondamentale per conoscere il perimetro e le prospettive del settore mare e per programmare al meglio il proprio business.

I Soci fondatori: Chantelle, IntimaGroup, Oscalito, Raffaela D'Angelo, Underbeach,

Nella foto Alessandro Legnaioli, Presidente di AIMI

Per informazioni: segreteria@aimi.it

radiosenisenews.it

PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €4.12
REACH: 406

CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 12371.18
AUTORE:
URL: www.radiosenisecentrale.it

> 2 maggio 2026 alle ore 9:40

> Versione Online

Dal design alla spiaggia: le tendenze 2026 uniscono Fuorisalone e beachwear

Esiste un filo sempre più solido che collega il mondo del design alla moda mare: un dialogo creativo che, dalla Design Week alle installazioni del Fuorisalone, arriva fino alle collezioni beachwear e resortwear dell'estate 2026. Non si tratta di una coincidenza, ma di un processo sempre più evidente: il design, inteso come cultura del progetto e linguaggio visivo, influenza profondamente tutti i comparti creativi, moda compresa.

Tra installazioni immersive, superfici materiche e sperimentazioni cromatiche, emergono infatti elementi ricorrenti che ritroviamo anche nei costumi e nei capi da resort.

Pattern astratti, effetti tridimensionali, trasparenze e contrasti tra opaco e lucido diventano codici condivisi. I capi non sono più pensati solo per la funzionalità, ma come vere e proprie superfici espressive.

Concetti già anticipati da Maredamare, manifestazione organizzata da Underbeach, che tornerà alla Fortezza da Basso dal 18 al 20 luglio, presentando le tendenze della stagione spring/summer 2027 attraverso il lavoro di trend forecasting guidato da Nello Marelli.

Dal punto di vista cromatico, il Salone del Mobile 2026 ha segnato una svolta verso tonalità calde e profonde: terracotta, argilla, ocra e marroni avvolgenti sostituiscono i grigi freddi.

A questi si affiancano blu petrolio e blu oltremare, utilizzati in chiave immersiva. Palette che trovano un riscontro diretto nello scenario "Deepness" già individuato da Maredamare, dove i colori si fanno intensi, profondi, attraversati da bagliori e contrasti.

Anche sul piano materico emerge una forte convergenza. Al Salone, tessuti che cambiano con il movimento, superfici ossidate e giochi di luce raccontano un'estetica fluida e dinamica.

La stessa che ritroviamo nelle silhouette drappeggiate, nei materiali traslucidi e nel cosiddetto wet look del beachwear 2026, che richiama l'acqua attraverso alternanze di opacità e trasparenze.

Un ulteriore punto di contatto è rappresentato dal tema "Hello Darkness", presentato al BASE Milano, dove il buio viene interpretato come momento di rigenerazione. Un concetto che dialoga con

lo scenario “Deepness”: immergersi nelle profondità per scoprire una bellezza nascosta.

Le tendenze cromatiche convergono anche su verdi strutturali non saturi e neutri caldi come latte d’avena, khaki soft e sabbie minerali, spesso accompagnati da superfici tattili e micro-texture. Registri che si sovrappongono agli scenari “Mediterranean” e “Resonance”, dove il richiamo alla natura, ai pigmenti della terra e al benessere è centrale.

Infine, il quadrante “Fantasy” di Maredamare – fatto di stampe visionarie e suggestioni spaziali – trova un parallelo nelle installazioni più sperimentali del Fuorisalone: progetti interattivi e sensoriali che coinvolgono luce, suono e materia.

Osservare il design oggi non è più un esercizio laterale per la moda mare, ma un passaggio essenziale. Costumi, resortwear, architettura e interior design parlano un linguaggio sempre più convergente, capace di interpretare lo spirito del tempo – lo

Zeitgeist – e di anticipare ciò che vedremo, presto, anche sulle spiagge.

PUBBLICAZIONE: lineaintima.net
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.94
REACH: 76
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 2340.05
AUTORE:
URL: www.lineaintima.net
> 28 maggio 2026 alle ore 0:00
> Versione Online

Intimo e beachwear, le nuove prospettive del retail

In un mercato in trasformazione, il futuro è dei negozi ibridi. Le chiavi del successo secondo l'ultima ricerca AIMI: approccio



In un mercato in trasformazione, il futuro è dei negozi ibridi. Le chiavi del successo secondo l'ultima ricerca AIMI: approccio multicanale, consulenza e, oltre la vendita, una visione imprenditoriale ancorata alle dinamiche di settore

Il mercato italiano dell’intimo e del beachwear cambia pelle e punta sempre più su un modello “ibrido”, dove digitale, consulenza e retail fisico convivono. A fotorafare la trasformazione è AIMI (Associazione Italiana Mare Intimo), organismo di rappresentanza dedicato alle aziende di intimo, lingerie e beachwear del nostro Paese, secondo cui il settore sta vivendo “la metamorfosi più radicale degli ultimi decenni”, spinta dall’e-commerce, dai social e dal cambiamento delle abitudini di consumo.

“L’illusione dell’online puro sta mostrando i suoi limiti" osserva Alessandro Legnaioli, presidente AIMI "perché nel nostro settore restano centrali aspetti come vestibilità, materiali ed esperienza diretta del prodotto. Il disallineamento tra aspettativa e realtà in termini appunto di vestibilità e texture, oltre a una trasparenza etica spesso nebulosa, stanno riportando i clienti verso i negozi fisici, che però devono necessariamente evolversi per sopravvivere, passando da semplice punto vendita, a spazi esperienziali e consulenziali”.

IL "PESO" DELL'ECOMMERCE

Secondo

l’analisi commissionata da AIMI ed Underbeach (la società che organizza

le fiere di intimo e beachwear, Immagine Italia & Co e Maredamare),

PUBBLICAZIONE: lineaintima.net
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.94
REACH: 76
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 2340.05
AUTORE:
URL: www.lineaintima.net
> 28 maggio 2026 alle ore 0:00
> Versione Online

a Sita Ricerca, riferita al mercato intimo e beachwear, nel 2025 il

peso delle vendite online relative ai due settori è inferiore al 15%

(11% per l'intimo e 14% per il beachwear), a causa di una preferenza, da

parte dei clienti, di esperienze d'acquisto personalizzate e di

qualità.

"Nel settore underwear e beachwear" aggiunge Legnaioli "la sfida riguarda soprattutto i piccoli retailer indipendenti, chiamati a trasformarsi in veri imprenditori. Non basta più saper vendere, occorre saper gestire flussi finanziari, magazzino, acquisti e comunicazione digitale. Lo spazio per chi offre competenza tecnica e qualità è, paradossalmente, più vasto che in passato. Ma questo spazio appartiene solo a chi avrà il coraggio di investire tempo e risorse nell'evoluzione delle proprie competenze professionali."

IL RUOLO DELLE FIERE

In questo scenario tornano centrali anche le fiere di settore, considerate sempre più luoghi di networking e concentrazione degli ordini. "Un punto critico, spesso sottovalutato, riguarda la crisi della catena di approvvigionamento" conclude Legnaioli

"La figura dell'agente di commercio, storico collante tra azienda e retail, soffre di un mancato ricambio generazionale che minaccia la tenuta del sistema tradizionale di distribuzione. In questo scenario, assistiamo ad un ritorno strategico alle fiere di settore. Esse riacquistano centralità non più solo come vetrina, ma come snodo fondamentale per il networking, la formazione e la concentrazione degli ordini. La fiera diventa il luogo fisico dove la visione e il tocco della collezione, elementi imprescindibili nell'intimo, trovano la loro massima espressione. Un trend confermato anche dalla crescita dei saloni di riferimento del settore come Immagine Italia & Co. e Maredamare, che nel 2025 hanno registrato una crescita degli espositori ed un aumento consistente dei buyer esteri, che negli ultimi tre anni sono aumentati del +47%".

I NUMERI DEL COMPARTO

In Italia il comparto intimo e beachwear vale circa 4,5 miliardi di euro, mentre l'export supera i 2,53 miliardi (fonte: analisi di Sita Ricerche per AIMI e Underbeach). Secondo i dati di settore, in Italia operano circa 1.100 imprese attive nella lingerie e nell'underwear, per un totale di oltre 16.300 addetti. Un comparto che continua a distinguersi per l'alta specializzazione produttiva e per la capacità di esportazione, con circa il 70% della produzione destinata ai mercati esteri.

PUBBLICAZIONE: lineaintima.net
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.99
REACH: 76
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 2340.05
AUTORE:
URL: www.lineaintima.net
> 29 maggio 2026 alle ore 15:05
> Versione Online

Linea I ntima Edit

Attualità Intimo e beachwear, le nuove prospettive del retail In un mercato in trasformazione, il futuro è dei negozi ibridi. Le chiavi del successo secondo l'ultima ricerca AIMI: approccio multicanale, consulenza e, oltre la vendita, una visione imprenditoriale ancorata alle dinamiche di settore

Il mercato italiano dell'intimo e del beachwear cambia pelle e punta sempre più su un modello "ibrido", dove digitale, consulenza e retail fisico convivono. A fotorafare la trasformazione è

AIMI (Associazione Italiana Mare Intimo), organismo di rappresentanza dedicato alle aziende di intimo, lingerie e beachwear del nostro Paese, secondo cui il settore sta vivendo "la metamorfosi più radicale degli ultimi decenni", spinta dall'e-commerce, dai social e dal cambiamento delle abitudini di consumo.

"L 'illusione dell'online puro sta mostrando i suoi limiti "osserva Alessandro Legnaioli, presidente AIMI

"perché nel nostro settore restano centrali aspetti come vestibilità, materiali ed esperienza diretta del prodotto. Il disallineamento tra aspettativa e realtà in termini appunto di vestibilità e texture, oltre a una trasparenza etica spesso nebulosa, stanno riportando i clienti verso i negozi fisici, che però devono necessariamente evolversi per sopravvivere, passando da semplice punto vendita, a spazi esperienziali e consulenziali

".

IL "PESO" DELL'ECOMMERCE Secondo l'analisi commissionata da AIMI ed Underbeach (la società che organizza le fiere di intimo e beachwear, Immagine Italia & Co e Maredamare), a Sita Ricerca, riferita al mercato intimo e beachwear, nel 2025 il peso delle vendite online relative ai due settori è inferiore al 15% (11% per l'intimo e 14% per il beachwear), a causa di una preferenza, da parte dei clienti, di esperienze d'acquisto personalizzate e di qualità.

" Nel settore underwear e beachwear "aggiunge Legnaioli" la sfida riguarda soprattutto i piccoli retailer indipendenti, chiamati a trasformarsi in veri imprenditori. Non basta più saper vendere, occorre saper gestire flussi finanziari, magazzino, acquisti e comunicazione digitale. Lo spazio per chi offre competenza tecnica e qualità è, paradossalmente, più vasto che in passato. Ma questo spazio appartiene solo a chi avrà il coraggio di investire tempo e risorse nell'evoluzione delle proprie competenze professionali

."

IL RUOLO DELLE FIERE In questo scenario tornano centrali anche le fiere di settore, considerate sempre più luoghi di networking e concentrazione degli ordini. "

Un punto critico, spesso sottovalutato, riguarda la crisi della catena di approvvigionamento

"conclude Legnaioli

PUBBLICAZIONE: lineaintima.net
PAESE: ITA
CATEGORIA DEL SITO WEB:
TIPOLOGIA: Web
VISITE MENSILI: 2340.05
AVE: €0.99
AUTORE:
REACH: 76
URL: www.lineaintima.net
> 29 maggio 2026 alle ore 15:05
> Versione Online

"La figura dell’agente di commercio, storico collante tra azienda e retail, soffre di un mancato ricambio generazionale che minaccia la tenuta del sistema tradizionale di distribuzione. In questo scenario, assistiamo ad un ritorno strategico alle fiere di settore. Esse riacquistano centralità non più solo come vetrina, ma come snodo fondamentale per il networking, la formazione e la concentrazione degli ordini. La fiera diventa il luogo fisico dove la visione e il tocco della collezione, elementi imprescindibili nell’intimo, trovano la loro massima espressione. Un trend confermato anche dalla crescita dei saloni di riferimento del settore come Immagine Italia & Co. e Maredamare, che nel 2025 hanno registrato una crescita degli espositori ed un aumento consistente dei buyer esteri, che negli ultimi tre anni sono aumentati del +47%

”.

I NUMERI DEL COMPARTO In Italia il comparto intimo e beachwear vale circa 4,5 miliardi di euro, mentre l’export supera i 2,53 miliardi (fonte: analisi di Sita Ricerche per AIMI e Underbeach). Secondo i dati di settore, in Italia operano circa 1.100 imprese attive nella lingerie e nell’underwear, per un totale di oltre 16.300 addetti. Un comparto che continua a distinguersi per l’alta specializzazione produttiva e per la capacità di esportazione, con circa il 70% della produzione destinata ai mercati esteri.

PUBBLICAZIONE: Largo Consumo
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Print
AVE: €11666.20
REACH: 3810
AUTORE: Paola Risi
PAGINA: 54,55
SUPERFICE: 182.00 %

> 1 giugno 2026 alle ore 0:00

Nuove tendenze sotto il vestito

Traino del comparto si conferma il segmento femminile, che tende sempre più verso prodotti che coniughino comodità e stile per andare incontro alle esigenze delle consumatrici.

di **Paola Risi**

Nel 2025 il valore complessivo dell'intimo italiano si è assestato sui 3,1 miliardi di euro cedendo lo 0,4% rispetto al 2024, soprattutto per effetto di una riduzione delle quantità vendute (-1,3%) solo in parte bilanciato dall'aumento dei prezzi medi (+0,9%).

Il tasso di crescita più consistente del comparto è, di fatto, quello registrato dal segmento premium, che ha raggiunto i 379,6 milioni di euro, mettendo a segno quasi un +10% rispetto al 2023.

Ma l'incidenza della fascia alta dell'offerta risulta ancora più consistente se si considera anche l'impatto dei turisti stranieri che pesano per circa il 20%: in questo caso il valore complessivo del mercato nazionale sale a 3,7 miliardi di euro e, parallelamente, quello dei prodotti premium raggiunge la soglia degli 800 milioni, per una quota pari a ben il 22% del totale settore, visto che proprio su di essi si concentra quasi l'80% del cosiddetto shopping tourism.

È una delle evidenze più interessanti registrate dalla ricerca "Consumi, export ed import dell'intimo in Italia 2025", realizzata da **Sita Ricerca** per conto di **Underbeach** ed **Aimi**, l'Associazione italiana intimo e mare fondata in occasione dell'ultima edizione della manifestazione di riferimento del comparto, Immagine Italia, e presieduta da **Alessandro Legnaioli**.

«Un'indagine mirata che colma un vuoto informativo importante e fornisce uno strumento strategico a imprese, operatori e stakeholder mentre fino a ora i dati disponibili erano quasi sempre aggregati all'interno di macro aree più ampie, come quella dell'abbigliamento», precisa al riguardo il Presidente, aggiungendo come questo percorso di ricerca stia proseguendo e in questi giorni, in occasione dell'edizione 2026 di Maredamare (18/19/20 luglio), saranno disponibili anche numeri specifici su costumi da bagno e moda mare.

Se l'intimo italiano si distingue per il particolare dinamismo dell'offerta premium rispetto a un mercato europeo, che vale complessivamente circa 17 miliardi di euro (destinati a divenire 26 entro il 2033 secondo **Market Data Forecast**) e vede una forte concentrazione nella fascia economica (62,3% dei consumi), a confermarsi trainante è sicuramente il segmento femminile, con una quota pari a circa il 70% del totale e un fatturato che supera i 2 miliardi di euro.

> **Le nuove consumatrici cercano prodotti in grado di migliorare la qualità della loro vita**

Approfondisci ABBIGLIAMENTO INTIMO

ABBIGLIAMENTO INTIMO: I NUMERI DEL MERCATO (2025)

3,1 mld
di euro le vendite 2025

-0,4%
il trend a valore annuo

-1,3%
le vendite in volume sul 2024

+0,9%
l'aumento dei prezzi medi

620 milioni
gli acquisti dei turisti

70%
la quota in valore del segmento femminile

12%
la quota del segmento premium

Fonte: Sita Ricerca — Largo Consumo

«Una conferma si evidenzia anche sul fronte distributivo – sottolinea Legnaioli – con le catene che consolidano la loro posizione in testa alla classifica (51,9% nel 2025 rispetto al 50,8% del 2023), il canale multimarca che si mantiene stabile al 18,9% così come i pure player (negozi on line) al 6,5%, mentre ambulanti e food (iper, super e discount) registrano qualche difficoltà passando rispettivamente dal 7,2% al 7% e dall'11,2% al 10,6%. La spesa on line complessiva di intimo e lingerie sfiora, invece, i 350 milioni di euro, con una quota prossima al 12% del mercato, un dato che fotografa la necessità per consumatrici e consumatori di toccare con mano il capo da acquistare, a differenza di quanto avviene in altri comparti dell'abbigliamento.

Di fatto in Italia si contano al momento circa 10.000 negozi fisici di intimo, che spaziano dalle mercerie fino ai design shop».

Sul fronte degli scambi con l'estero, nel ribadire che l'intimo made in Italy continua a essere percepito come un'eccellenza nel settore per creatività e funzione, il Presidente di Aimi rileva anche segnali di squilibrio: «Nei primi 10 mesi del 2025, l'export di underwear italiano è sceso a 2,3 miliardi di euro (-2,8%) mentre l'import è cresciuto del + 6,9%, raggiungendo i 2,7 miliardi.

In particolare, la quota di esportazioni verso la Ue ha sfiorato il 59% del totale, con un tasso di crescita dell'1,8% e Francia, Germania e Spagna ai primi posti tra i mercati di sbocco. Riguardo all'import, il nostro Paese risulta acquistare circa 1,43 miliardi di intimo da Paesi extra-europei (52,2% del totale) e circa 1,3 miliardi dall'Europa con Bangladesh, Paesi Bassi e Sri Lanka in vetta alla classifica degli esportatori».

Circa le tendenze che attraversano il mercato, all'interno del più dinamico segmento femminile «si evidenziano

PUBBLICAZIONE: Largo Consumo
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Print
AVE: €11666.20
REACH: 3810
AUTORE: Paola Risi
PAGINA: 54,55
SUPERFICE: 182.00 %
> 1 giugno 2026 alle ore 0:00

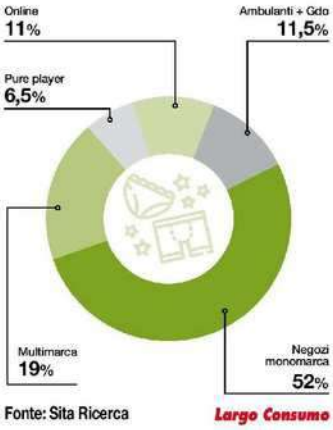


le ottime performance della corsetteria, in particolare tra le over 35, e dell'underwear fashion & function con le nuove generazioni che prediligono il confort totale e talvolta osano con colori vivaci sull'intimo ibrido che unisce pizzo e liscio».

Secondo Legnaioli, infine, due sono i grandi fronti aperti in relazione ai materiali: «Il primo è quello dell'utilizzo delle fibre naturali in purezza soltanto con l'aggiunta di un elastomero, in diversi casi riciclato o riciclabile. Il secondo consiste nell'introduzione della poliammide in mischia con fibre naturali, che evita l'impiego di poliestere e consente di essere riciclata al 100% in un processo di textile to textile».

«Ricerca del confort che ci accompagni per tutta la giornata come il seamless evoluto; crescita della funzionalità e capacità di rispondere a esigenze sempre più specifiche (termoregolazione, traspirabilità, contenimento, ecc.); attenzione verso i materiali e richiesta di fibre più performanti e, possibilmente, più naturali; inclusività e capacità di offrire modelli adatti a corpi ed età differenti; una crescente contaminazione tra intimo, homewear e abbigliamento quotidiano». Questi i trend più rilevanti del comparto secondo **Alan Garosi**, Head of strategic marketing presso **Pompea**, che sottolinea anche quali siano i maggior fattori critici: pressione promozionale, sensibilità al prezzo, aumento della competizione, velocità di rotazione richiesta dalla distribuzione e necessità di innovare senza complicare l'offerta: «Soprattutto in Gdo, che continua a rappresentare un presidio chiave anche nel tessile in un contesto segnato da attenzione alla spesa e ricerca di praticità, l'innovazione deve essere immediata da comprendere e facile da seguire.

ABBIGLIAMENTO INTIMO: QUOTA DELLE VENDITE A VALORE PER CANALE (2025, in %)



Fonte: Sita Ricerca — Largo Consumo

Nel 2025 in Pompea ci siamo focalizzati sull'evoluzione della proposta scegliendo di investire su contenuti di prodotto capaci di rafforzare la nostra identità in particolare nella grande distribuzione e nel wholesale e concentrando l'attenzione su tre aree principali – precisa Garosi –, l'innovazione dei materiali delle calze per offrire migliore qualità percepita, confort e differenziazione; lo sviluppo di nuovi modelli uomo e donna pensati per essere più performanti e coerenti con la domanda; l'introduzione di un'intimità ad alta funzionalità con progetti come lo slip ciclo femminile e quello protettivo per incontinenza femminile e maschile, che rappresentano per noi un'estensione importante del concetto di intimo contemporaneo».

> **Cresce la contaminazione tra intimo, homewear e abbigliamento quotidiano**

«Il comparto continua a mostrare una buona capacità di tenuta in un contesto macroeconomico ancora complesso ed evolve verso una proposta ibrida, dove comfort, stile e funzionalità convivono – commenta il board di **Yamamay**, sottolineando come oggi ci si debba confrontare con un consumatore più consapevole, selettivo e orientato al valore complessivo del brand –. Le nuove generazioni in particolare premiano autenticità, inclusività, attenzione all'ambiente e comunicazione diretta, digitale e coerente. Cresce inoltre la propensione a considerare l'intimo come elemento espressivo del proprio stile personale».

Se nel segmento donna aumenta l'attenzione allo shapewear, ai capi everyday, all'intimo invisibile e ben performa il segmento fitness e athleisure, l'uomo mostra una crescita costante trainata da una maggiore cura di sé e individua in comfort e funzionalità gli elementi focali con un accento su tessuti naturali e innovativi. «Il 2025 si è chiuso positivamente per Yamamay – concludono i responsabili – grazie a una proposta capace di coniugare stile, confort e accessibilità, mantenendo però un forte Dna fashion».

ABBIGLIAMENTO INTIMO: TREND DELLE VENDITE A VALORE PER SEGMENTO (2025, in %)



Fonte: Sita Ricerca — Largo Consumo

Sulla calzetteria si concentra, infine, lo sguardo di **Monica Moscheni**, Direttore marketing di **Csp international fashion group**: «Il ruolo dei collant negli anni è cambiato molto. Le nuove consumatrici, sempre più informate, cercano prodotti in grado di semplificare e migliorare la qualità della loro vita, ma dispongono di meno tempo e di una capacità di attenzione che va intercettata in pochi istanti. Il marchio Csp che affronta questa sfida è **Sanpellegrino**, che nella calzetteria ha una storia lunga e consolidata. Mantenendo un approccio di eco-design e una filiera made in Italy a chilometro zero che ci consente di garantire controllo, qualità e rispetto per il territorio e le persone che lo vivono, abbiamo lavorato su un modello di merchandising che organizza le gamme per funzione d'uso comunicando i plus di ogni prodotto in modo immediato e chiaro sul fronte del packaging. Siamo anche intervenuti sulla componente emozionale rendendo le confezioni più attrattive grazie a nuovi visual. Un esempio significativo è la linea Sneakers, nata dalla crescente esigenza di indossare collant con scarpe da ginnastica: la risposta è stata un prodotto con soletta rinforzata, comunicato tramite pittogrammi intuitivi che ne mostrano chiaramente l'utilizzo». ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

PUBBLICAZIONE: paginetessili.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.40
REACH: 29
CATEGORIA DEL SITO WEB: Business and Consumer Services/Textiles
VISITE MENSILI: 905.73
AUTORE:
URL: paginetessili.it
> 1 giugno 2026 alle ore 13:41
> Versione Online

Intimo e beachwear, la “rivincita” del retail: “mercato in trasformazione, il futuro è dei negozi ibridi”

Intimo e beachwear, la “rivincita” del retail: “mercato in trasformazione, il futuro è dei negozi ibridi”

giugno 1 | Pubblicato da Luigi Sorreca | News

Cresce il peso di un approccio multicanale, unito a consulenze specifiche e fiere di settore. Alessandro Legnaioli (presidente Aimi): “Non basta più vendere, serve una visione imprenditoriale”

Il mercato italiano dell'intimo e del beachwear cambia pelle e punta sempre più su un modello “ibrido”, dove digitale, consulenza e retail fisico convivono. A fotografare la trasformazione è Alessandro Legnaioli, presidente di Aimi (Associazione Italiana Mare Intimo), organismo di rappresentanza dedicato alle aziende di intimo, lingerie e beachwear del nostro Paese, secondo cui il settore sta vivendo “la metamorfosi più radicale degli ultimi decenni”, spinta dall'e-commerce, dai social e dal cambiamento delle abitudini di consumo.

“L'illusione dell'online puro sta mostrando i suoi limiti – osserva Legnaioli – perché nel nostro settore restano centrali aspetti come vestibilità, materiali ed esperienza diretta del prodotto. Il disallineamento tra aspettativa e realtà in termini appunto di vestibilità e texture, oltre ad una trasparenza etica spesso nebulosa, stanno riportando i clienti verso i negozi fisici, che però devono necessariamente evolversi per sopravvivere, passando da semplice punto vendita, a spazi esperienziali e consulenziali”.

Il “peso” dell'e-commerce

Secondo l'analisi commissionata da AIMI ed Underbeach (la società che organizza le fiere di intimo e beachwear, Immagine Italia & Co e Maredamare), a Sita Ricerca, riferita al mercato intimo e beachwear, nel 2025 il peso delle vendite online relative ai due settori è inferiore al 15% (11% per l'intimo e 14% per il beachwear), a causa di una preferenza, da parte dei clienti, di esperienze d'acquisto personalizzate e di qualità.

“Nel settore underwear e beachwear – aggiunge Legnaioli – la sfida riguarda soprattutto i piccoli retailer indipendenti, chiamati a trasformarsi in veri imprenditori. Non basta più saper vendere, occorre saper gestire flussi finanziari, magazzino, acquisti e comunicazione digitale. Lo spazio per chi offre competenza tecnica e qualità è, paradossalmente, più vasto che in passato. Ma questo spazio appartiene solo a chi avrà il coraggio di investire tempo e risorse nell'evoluzione delle proprie competenze professionali”

La centralità delle fiere

In questo scenario tornano centrali anche le fiere di settore, considerate sempre più luoghi di networking e concentrazione degli ordini.

PUBBLICAZIONE: paginetessili.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.40
REACH: 29
CATEGORIA DEL SITO WEB: Business and Consumer Services/Textiles
VISITE MENSILI: 905.73
AUTORE:
URL: paginetessili.it
> 1 giugno 2026 alle ore 13:41
> Versione Online

“Un punto critico, spesso sottovalutato, riguarda la crisi della catena di approvvigionamento – conclude Legnaioli. – La figura dell'agente di commercio, storico collante tra azienda e retail, soffre di un mancato ricambio generazionale che minaccia la tenuta del sistema tradizionale di distribuzione. In questo scenario, assistiamo ad un ritorno strategico alle fiere di settore. Esse riacquistano centralità non più solo come vetrina, ma come snodo fondamentale per il networking, la formazione e la concentrazione degli ordini. La fiera diventa il luogo fisico dove la visione e il tocco della collezione, elementi imprescindibili nell'intimo, trovano la loro massima espressione. Un trend confermato anche dalla crescita dei saloni di riferimento del settore come Immagine Italia & Co. e Maredamare, che nel 2025 hanno registrato una crescita degli espositori ed un aumento consistente dei buyer esteri, che negli ultimi tre anni sono aumentati del +47%”.

I numeri del comparto

In Italia il comparto intimo e beachwear vale circa 4,5 miliardi di euro, mentre l'export supera i 2,53 miliardi (fonte: analisi di Sita Ricerche per AIMI e Underbeach). Secondo i dati di settore, in Italia operano circa 1.100 imprese attive nella lingerie e nell'underwear, per un totale di oltre 16.300 addetti. Un comparto che continua a distinguersi per l'alta specializzazione produttiva e per la capacità di esportazione, con circa il 70% della produzione destinata ai mercati esteri.

Get Shareaholic for Google Chrome

Ti è piaciuto questo articolo? Condividilo!

V:RGILIO

PUBBLICAZIONE: virgilio.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €3375.92
REACH: 1293456
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 39321069.29
AUTORE:
URL: www.virgilio.it

> 15 giugno 2026 alle ore 0:05

> Versione Online

Mare D'Amare, moda mare e accessori

La nuova edizione di Maredamare, fiera internazionale di riferimento nel panorama europeo per il settore beachwear, tornerà alla Fortezza Da Basso di Firenze dal 18 al 20 Luglio 2026. Per maggiori informazioni

Viale Filippo Strozzi,

50129 FIRENZE (FI)

ORARI E PREZZI

LUGLIO

LUN

MAR

MER

GIO

VEN

SAB

DOM

Prezzo non disponibile

Orari e prezzi potrebbero cambiare a seconda dei giorni. Controllali sul calendario.

Il mondo del childrenswear si dà appuntamento a Firenze...

La prima domenica del mese torna la Domenica Metropolitana,...

Torna ogni prima domenica del mese l'ingresso gratuito ai...

La prima domenica del mese torna la Domenica Metropolitana,...

PUBBLICAZIONE: nove.firenze.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €27.43
REACH: 1892
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 57544.07
AUTORE: Redazione Nove
URL: www.nove.firenze.it
> 19 giugno 2026 alle ore 5:11
> Versione Online

La pelletteria fiorentina sfida la crisi del 2027



Perché la L'effervescenza creativa che anima la Fortezza da Basso durante Pitti Immagine Uomo 110, culminata nella sfilata di Simone Rocha al Teatro della Pergola , rischia di oscurare una realtà industriale ben più complessa. Dietro l'estetica delle passerelle, i distretti produttivi toscani stanno affrontando una fase di ridefinizione strutturale senza precedenti. Se da un lato i dati macroeconomici segnalano una contrazione preoccupante, dall'altro si respira una resilienza che non è mera resistenza, ma una precisa scelta strategica. Qual è il segreto di questo paradosso toscano, capace di generare energia vitale mentre la "

supply chain "globale vacilla? La risposta risiede in una visione che privilegia l'identità e la verticalizzazione del saper fare rispetto alle logiche volatili del mercato di massa.

In un momento in cui il settore pelletteria rallenta, c'è chi sceglie di investire sulla visibilità fisica e sulla collaborazione di distretto. È il caso di

Sapaf 1954 che, sotto la guida della terza generazione rappresentata da

Leonardo e Niccolò Calistri, ha inaugurato il Brunelleschi Store in Piazza San Giovanni. Non si tratta di una semplice apertura commerciale, ma di un presidio tattico nel cuore della città che ha dato i natali al brand settantadue anni fa.

L'operazione acquisisce ulteriore valore strategico attraverso la sinergia con Antica Occhialeria: le borse

Sapaf e gli occhiali artigianali convivono in uno spazio che celebra l'eccellenza manifatturiera integrata. È un esempio concreto di come superare la frammentazione sistemica attraverso alleanze di valore.

PUBBLICAZIONE: nove.firenze.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €27.43
REACH: 1892
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 57544.07
AUTORE: Redazione Nove
URL: www.nove.firenze.it
> 19 giugno 2026 alle ore 5:11
> Versione Online

Approfondimenti Il titolare, Andrea Calistri, inquadra questa mossa come una dichiarazione d'intenti politica oltre che industriale: "In una fase in cui il mercato attraversa difficoltà e molte attività riducono la propria presenza, noi scegliamo di rafforzarla: è la dimostrazione della solidità del nostro brand, della fiducia dei nostri clienti e della volontà di continuare a costruire valore sul territorio".

Se i singoli campioni accelerano, il sistema nel suo complesso mostra segni di una fragilità strutturale legata al tramonto del vecchio modello "just-in-time". Durante l'evento

Future For Fashion 2026, Lapo Baroncelli, presidente di Confindustria Toscana Centro e Costa, ha lanciato un monito severo: la filiera toscana è un patrimonio "non riproducibile" che rischia la dispersione definitiva se non sostenuto da una vera rivoluzione industriale.

I dati della ricerca PwC non lasciano spazio a interpretazioni superficiali:

Contrazione della Base Produttiva: Nel primo trimestre 2026, il numero di imprese attive è crollato del 20% rispetto al 2019.

Emorragia Occupazionale: Il calo degli addetti si attesta al 13%, con una perdita di competenze specialistiche difficilmente recuperabili.

Vulnerabilità Sociale: Il ricorso alla Cassa Integrazione Guadagni è esploso, segnando un +269% tra il 2023 e il 2025.

Eppure, qui emerge il paradosso: nonostante la crisi della produzione interna, l'appetito internazionale per il "Made in Florence" resta solido. L'export della moda toscana è cresciuto del 4% nel 2025, con un picco del +18% registrato nell'ultimo trimestre dell'anno. Questo scollamento indica che il problema non è la domanda, ma la capacità del distretto di evolvere verso modelli manageriali più solidi e meno dipendenti da un numero limitato di committenti.

Il territorio di Montelupo Fiorentino offre una risposta pratica alla necessità di evoluzione strategica. Il tour istituzionale del

Sindaco Simone Londi ha messo in luce aziende che hanno già interpretato il cambiamento, posizionandosi in nicchie ad alto valore aggiunto:

Suolificio Magonio: Dal 1959, presidia la fascia alta del mercato fornendo i grandi brand del lusso con lavorazioni accurate e competenze artigianali insostituibili.

Westar: Dimostra la vitalità dell'abbigliamento tecnico e adaptive, vestendo la polizia locale fiorentina e nazionale con soluzioni personalizzate.

GUVI Cashmere: Un modello di economia circolare basato sul cashmere rigenerato che, a dimostrazione di una fiducia concreta nel futuro, inaugurerà un nuovo showroom aziendale ad ottobre.

Fontana Manifattura: Un colosso che impiega oltre 100 addetti a Montelupo, coniugando l'organizzazione produttiva moderna della sua base milanese con la tradizione artigianale locale.

PUBBLICAZIONE: nove.firenze.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €27.43
REACH: 1892
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 57544.07
AUTORE: Redazione Nove
URL: www.nove.firenze.it
> 19 giugno 2026 alle ore 5:11
> Versione Online

Guardare al 2027 significa anticipare i bisogni di un consumatore sempre più orientato alla sostenibilità e all'emozione. Lo studio "

Kaleido ", curato da Nello Marelli per Maredamare, delinea scenari che le aziende di eccellenza sono già pronte a rifornire:

Rural: Il ritorno a fibre tattili e naturali. Un trend che trova in realtà come GUVI Cashmere il partner ideale per l'uso di materiali autentici e rigenerati.

Delulu: Un'eleganza sognante dominata da toni pastello e sovrapposizioni leggere, specchio di una voglia di evasione raffinata.

Actual: Dinamismo urbano e tessuti adaptive.

È l'estetica geometrica e performante che si sovrappone perfettamente al know-how tecnico di realtà come

Westar.

Sparty: Il lato glamour, dove tessuti metallici e riflessi iridescenti celebrano il benessere e la socialità esclusiva con finiture preziose in oro e argento.

La crisi attuale non è ciclica, ma trasformativa. Come sottolineato a Future For Fashion, l'eccellenza del singolo non basta più a proteggere il distretto dalle incertezze geopolitiche e dalla normativa Responsabilità Estesa del Produttore. Occorre una politica industriale unitaria che favorisca l'aggregazione, l'innovazione manageriale e, soprattutto, il ricambio generazionale.

La manifattura fiorentina non può essere riavviata con un aggiornamento software se le piccole imprese che ne costituiscono il tessuto vitale scompaiono. Dobbiamo chiederci, con urgenza: in un mercato globale che corre verso l'automazione esasperata, quanto siamo disposti a investire per salvare l'intelligenza delle mani che hanno reso Firenze unica al mondo? La sopravvivenza del lusso toscano dipende dalla nostra capacità di trattare questo saper fare non come un'eredità del passato, ma come l'asset strategico più prezioso del nostro futuro.

PUBBLICAZIONE: paginetessili.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.42
REACH: 29
CATEGORIA DEL SITO WEB: Business and Consumer Services/Textiles
VISITE MENSILI: 905.73
AUTORE:
URL: paginetessili.it
> 19 giugno 2026 alle ore 6:23
> Versione Online

Maredamare anticipa le collezioni che faranno tendenza l'estate 2027

Maredamare anticipa le collezioni che faranno tendenza l'estate 2027

giugno 19 | Pubblicato da Luigi Sorreca | Eventi News

Dal ritorno ad uno stile agreste, a linee più glamour, fino ai riflessi metallici: la fiera internazionale del beachwear e del resortwear mostrerà in un'area dedicata gli scenari della prossima stagione, frutto dello studio curato dal trend forecaster Nello Marelli e dal gruppo di lavoro “Nel Colore” per Underbeach

Firenze, 18 giugno 2026 – Un'estate che guarda alla natura ma non rinuncia alla fantasia, che alterna il desiderio di autenticità alla voglia di evasione, tra atmosfere rurali, colori delicati, feste al tramonto e riflessi scintillanti. È questa la direzione che prenderanno le collezioni mare che sfoggeremo la prossima estate (2027) e che sarà possibile vedere in anteprima durante la XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata da Underbeach , che quest'anno tornerà alla Fortezza da Basso di Firenze dal 18 al 20 luglio 2026, celebrando la più ampia panoramica del settore. Oltre 250 i brand attesi da tutto il mondo, pronti ad anticipare al pubblico, in un'area dedicata, quello che sfoggeremo tra un anno sotto l'ombrellone.

Frutto dello studio condotto dal trend forecaster Nello Marelli e dal gruppo di lavoro “ Nel Colore ” per Underbeach il beachwear dell'estate 2027 si sviluppa in quattro macro-tendenze, raccolte sotto il concept “Kaleido”, che descrivono un'estate caleidoscopica, fatta di contrasti e contaminazioni, dove la moda mare diventa espressione di stili di vita, desideri e nuove sensibilità. Rural Delulu Actual e Sparty : questi i principali filoni individuati, ciascuno con una propria identità estetica e cromatica.

Le tendenze in dettaglio

La prima tendenza, Rural , rappresenta un ritorno al naturale vissuto come rifugio. In un contesto sempre più digitale, cresce il desiderio di contatto con la natura e di materiali autentici. Tornano così protagonisti il cotone, le fibre naturali, le lavorazioni artigianali e le texture che valorizzano la tattilità del prodotto. La palette richiama i colori della terra, verdi vegetali, il lino e i colori spontanei del paesaggio, dando vita a collezioni poetiche, rassicuranti e memorie di spirito campestre.

Più eterea e sognante è invece Delulu , una tendenza che interpreta il bisogno di leggerezza attraverso una tavolozza dominata da toni pastello, nuance cipriate e accostamenti delicati. Rosa luminosi, gialli morbidi, azzurri sfumati e acquatici diventano gli ingredienti di una estetica fatta di sovrapposizioni e trasformano il beachwear in una nuova eleganza disinvolta.

Con Actual l'estate si sposta tra piscine urbane, beach club e gite in barca. È una tendenza dinamica, che celebra la socialità e il tempo libero attraverso i colori vividi delle bandiere. Rigature, moduli ripetuti, motivi da piscina, tessuti adaptive, spugne, jacquard e decorazioni geometriche

PUBBLICAZIONE: paginetessili.it
PAESE: ITA
CATEGORIA DEL SITO WEB: Business and Consumer Services/Textiles
TIPOLOGIA: Web
VISITE MENSILI: 905.73
AVE: €0.42
AUTORE:
REACH: 29
URL: paginetessili.it
> 19 giugno 2026 alle ore 6:23
> Versione Online

interpretano un'estetica contemporanea, energica e ottimista, pensata per vivere il mare e la città senza soluzione di continuità.

Chiude il quadro Sparty , fusione ideale tra “spa” e “party”, che racconta il lato più glamour dell'estate. La vacanza diventa un'esperienza immersiva, fatta di benessere, divertimento e momenti da condividere. Protagonisti sono i tessuti scintillanti, accenti metallici, effetti iridescenti, le finiture preziose, le tonalità oro e argento e tutti quei dettagli che richiamano l'atmosfera delle feste estive, dagli aperitivi in spiaggia agli eventi esclusivi a bordo piscina.

“Ogni anno Maredamare offre agli operatori del settore un'analisi approfondita delle evoluzioni del beachwear, trasformando la ricerca sulle tendenze in uno strumento di orientamento per buyer, retailer e professionisti – spiega Raffaella Petrossi Direttrice Generale di Underbeach . – Grazie al lavoro di trend forecasting curato da ‘Nel Colore'per Underbeach e alla collaborazione dei brand espositori, il salone presenterà un'area espositiva capace di restituire una visione chiara delle direzioni stilistiche che caratterizzeranno l'estate 2027. Il valore di questo lavoro è confermato dal fatto che alcune aziende, dopo aver visionato in anteprima le tendenze, hanno scelto di sviluppare collezioni dedicate o di arricchire le proprie linee con elementi ispirati agli scenari individuati dal team di ricerca. L'area trend in fiera rappresenta così il punto di arrivo di un percorso condiviso che, nei mesi precedenti, ha già trovato una traduzione concreta nelle collezioni. Le quattro tendenze individuate raccontano un mercato sempre più dinamico, nel quale il beachwear supera la sua funzione tradizionale per diventare espressione di identità, emozioni e stili di vita. Comprendere questi scenari significa cogliere in anticipo le esigenze dei consumatori e le opportunità che guideranno lo sviluppo delle future collezioni”.

Get Shareaholic for Google Chrome

Ti è piaciuto questo articolo? Condividilo!

PUBBLICAZIONE: lineaintima.net
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.56
REACH: 76
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 2340.05
AUTORE:
URL: www.lineaintima.net
> 19 giugno 2026 alle ore 16:40
> Versione Online

Maredamare presenta le tendenze per l’estate 2027

Dal 18 al 20 luglio Maredamare svelerà a Firenze i temi chiave della prossima stagione beach & resortwear individuati trend forecaster



Dal 18 al 20 luglio Maredamare svelerà a Firenze i temi chiave della prossima stagione beach & resortwear individuati trend forecaster Nello Marelli e dal gruppo di lavoro “Nel Colore” per Underbeach

Frutto dello studio condotto dal trend forecaster Nello Marelli e dal gruppo di lavoro “Nel Colore” per Underbeach il beachwear dell’estate 2027 che sarà presentato nell'area tendenze di maredamare in Fortezza da Basso il prossimo luglio si sviluppa in quattro macro-trend, raccolti sotto il concept “Kaleido”: un’estate caleidoscopica, fatta di contrasti e contaminazioni, dove la moda mare diventa espressione di stili di vita, desideri e nuove sensibilità.

RURAL

Un ritorno al naturale, vissuto come rifugio. In un contesto sempre più digitale, cresce il desiderio di contatto con la natura e di materiali autentici. Tornano così protagonisti il cotone, le fibre naturali, le lavorazioni artigianali e le texture che valorizzano la tattilità del prodotto. La palette richiama i colori della terra, verdi vegetali, il lino e i colori spontanei del paesaggio, dando vita a collezioni poetiche, rassicuranti e memorie di spirito campestre.

DELULU

Bisogno di leggerezza, eterea e sognante. Una tavolozza dominata da toni pastello, nuance cipriate e accostamenti delicati. Rosa luminosi, gialli morbidi, azzurri sfumati e acquatici diventano gli ingredienti di una estetica fatta di sovrapposizioni e trasformano il beachwear in una nuova eleganza disinvolta.

PUBBLICAZIONE: lineaintima.net
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.56
REACH: 76
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 2340.05
AUTORE:
URL: www.lineaintima.net
> 19 giugno 2026 alle ore 16:40
> Versione Online

ACTUAL

L’estate vissuta tra piscine urbane, beach club e gite in barca. Una tendenza dinamica, che celebra la socialità e il tempo libero attraverso i colori vividi delle bandiere. Rigature, moduli ripetuti, motivi da piscina, tessuti adaptive, spugne, jacquard e decorazioni geometriche interpretano un’estetica contemporanea, energica e ottimista, pensata per vivere il mare e la città senza soluzione di continuità.

SPARTY

Fusione ideale tra “spa” e “party”, racconta il lato più glamour dell’estate. La vacanza diventa un’esperienza immersiva, fatta di benessere, divertimento e momenti da condividere. Protagonisti sono i tessuti scintillanti, accenti metallici, effetti iridescenti, le finiture preziose, le tonalità oro e argento e tutti quei dettagli che richiamano l’atmosfera delle feste estive, dagli aperitivi in spiaggia agli eventi esclusivi a bordo piscina.

PUBBLICAZIONE: laspola.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.27
REACH: 59
CATEGORIA DEL SITO WEB: Business and Consumer Services/Textiles
VISITE MENSILI: 1805.03
AUTORE:
URL: www.laspola.com
> 22 giugno 2026 alle ore 6:50
> Versione Online

Il Kaleido delle tendenze di Maredamare



Maredamare guarda all'estate 2027 presentando le tendenze frutto dello studio curato dal trend forecaster Nello Marelli e dal gruppo di lavoro "Nel Colore" per Underbeach. Quella 2027 sarà un'estate di natura e fantasia, autenticità e voglia di evasione, tra atmosfere rurali, colori delicati, feste al tramonto e riflessi scintillanti: è questa la direzione indicata da Maredamare in anteprima alla 19′ edizione della fiera, che quest'anno tornerà alla Fortezza da Basso di Firenze dal 18 al 20 luglio.

Il beachwear dell'estate 2027 si sviluppa in quattro macro-tendenze, raccolte sotto il concept "Kaleido", che descrivono un'estate caleidoscopica: Rural, Delulu, Actual (nella foto) e Sparty.

Rural rappresenta un ritorno al naturale vissuto come rifugio (cotone, fibre naturali, lavorazioni artigianali) con la palette che richiama i colori della terra.

Delulu è una tendenza che interpreta il bisogno di leggerezza attraverso una tavolozza dominata da toni pastello, nuance cipriate e accostamenti delicati.

Actual sposta l'estate tra piscine urbane, beach club e gite in barca. Vede rigature, moduli ripetuti, motivi da piscina, tessuti adaptive, spugne, jacquard e decorazioni geometriche.

Infine Sparty, fusione ideale tra "spa" e "party", che racconta il lato più glamour dell'estate. Protagonisti sono i tessuti scintillanti, accenti metallici, effetti iridescenti, le finiture preziose, le tonalità oro e argento.

PUBBLICAZIONE: lineaintima.net
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.26
REACH: 76
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 2340.05
AUTORE:
URL: www.lineaintima.net
> 23 giugno 2026 alle ore 0:00
> Versione Online

AIMI da appuntamento a Maredamare

AIMI rinnova l’appuntamento a Maredamare dove presenterà la ricerca sul comparto...



AIMI rinnova l’appuntamento a Maredamare dove presenterà la ricerca sul comparto Swim-Beach-Resortwear Italia 2026

Dopo la sua costituzione in febbraio 2026 con 5 soci fondatori, AIMI -Associazione Italiana Mare Intimo- da ora appuntamento al settore a Maredamare dove, come preannunciato in febbraio, presenterà in luglio la seconda parte della ricerca di mercato sul settore, che in occasione della manifestazione fiorentina presenterà i dati relativi al settore Swim-Beach-Resortwear in Italia.

La crescita degli associati da febbraio è stata costante ed importane. Le aziende associate ad AIMI a Giugno 2026 sono: AFS International, Chantelle Italia, Clara, Flora Lastraioli, Gruppo CSP, Gruppo Intimo Italiano, Eria, Giadamarina, Leilieve by Manicardi, Oscalito by Maglificio Po’, Miss Biking by Fashion Italy, Pin Up Stars, Pisani Editore, Raffaela D’Angelo, Salsano, Sistema Tessile, Underbeach.

AIMI (Associazione Italiana Mare Intimo) è la prima associazione di settore nazionale dedicata a tutelare e rappresentare produttori e operatori della filiera della lingerie e del beachwear; è un punto di riferimento per l'intero comparto.

PUBBLICAZIONE: Amando.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €1.84
REACH: 127
CATEGORIA DEL SITO WEB: Community and Society/Romance and Re
VISITE MENSILI: 3887.97
AUTORE: Elena Rossi
URL: www.amando.it
> 24 giugno 2026 alle ore 8:00
> Versione Online

Costumi da bagno estate 2026 da comprare ora: i modelli che vedremo ovunque



Il costume dell'estate 2026 non resta più chiuso nella borsa mare. Esce con te per il caffè sul lungomare, sparisce sotto una camicia di lino, si vede appena sotto un abito crochet, brilla quando il sole scende e la pelle sa ancora di sale. La moda mare estate 2026 ha due anime molto chiare: da una parte linee pulite, colori pieni, costumi interi minimal che sembrano body eleganti; dall'altra dettagli gioiello, anelli metallici, strass, stampe forti e copricostumi trasparenti. Si nota una doppia direzione: minimalismo anni '90 da un lato, beachwear più decorativo e giocoso dall'altro. Costumi da bagno moda estate 2026 tra interi minimal, bikini gioiello e beachwear da città

Il primo pezzo da mettere in valigia? Un intero essenziale. Nero, cioccolato, bianco burro, blu profondo. Senza loghi invadenti, senza troppi lacci, con una scollatura netta e una gamba leggermente alta. Funziona sempre. In spiaggia asciuga l'immagine, slancia, non stanca dopo due foto. La sera diventa un body sotto pantaloni palazzo o una gonna pareo. Vogue lo ha già ribattezzato in chiave “little black one piece”, il corrispettivo mare del tubino nero. Controlla il tessuto prima del colore. Se cerchi un effetto elegante, meglio una microfibra compatta, opaca, doppiata sul davanti. Il bianco è bellissimo, ma va provato bagnato o almeno in controluce: la trasparenza non perdona.

Anelli dorati tra coppa e spallina, fibbie laterali, piccoli strass, perle, catene sottili. Il bikini gioiello è il pezzo più fotografato dell'estate 2026, quello che rende speciale anche un due pezzi molto semplice. La tendenza è forte anche sulle passerelle internazionali: a Miami Swim Week 2026 sono comparsi maxi O-ring, elementi metallici, dettagli in legno e applicazioni materiche su bikini, interi, sarong e abiti da mare. È il costume giusto se vuoi sentirti vestita anche con poco. Un triangolo nero con micro anello oro, un balconcino bianco con dettaglio metallico, uno slip essenziale con charm laterale: basta poco e il look cambia.

PUBBLICAZIONE: Amando.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €1.84
REACH: 127
CATEGORIA DEL SITO WEB: Community and Society/Romance and Re
VISITE MENSILI: 3887.97
AUTORE: Elena Rossi
URL: www.amando.it
> 24 giugno 2026 alle ore 8:00
> Versione Online

Non è il classico bikini “da prendere e via”. Il balconcino 2026 ha coppe strutturate, spalline sottili, colori rétro e spesso uno slip coordinato a vita media. Sta bene sotto una camicia aperta, ma anche con pantaloncini morbidi per andare dal lido al bar senza sentirsi fuori posto. Sostiene più del triangolo e dà subito un'aria da riviera. Pensa a occhiali scuri, telo a righe, sandalo basso. Molto chic, zero sforzo.

Beachwear donna 2026: il copricostume si porta trasparente

La vera novità del beachwear donna 2026 è lo styling. Non basta scegliere il costume: conta cosa ci metti sopra. Abiti in rete, gonne pareo, pantaloni semitrasparenti, camicie voile, mini dress crochet. A Miami Swim Week 2026 il gioco delle trasparenze è stato uno dei segnali più visibili, con set leggeri e abiti sheer pensati per far intravedere il costume sotto. Risolve il problema più comune dell'estate. Sei in spiaggia, poi devi spostarti per pranzo, poi magari resti fino all'aperitivo. Un copricostume bello ti evita il cambio completo.

La moda mare estate 2026 guarda anche al Mediterraneo: righe, rilievi, crochet, intagli di cotone, lavorazioni che sembrano fatte a mano. Lo studio tendenze di Maredamare per l'estate 2026 parla proprio di ritorno a decori artigianali, uncinetto e nuance calde legate all'immaginario del Sud.

Animalier e stampe forti: la scelta per chi non vuole sparire

Zebra, leopardato, serpente, ma anche fiori accesi e grafiche pop. Le stampe dell'estate 2026 non sono timide. Particolare la spinta dell'animalier, con lo zebra print tra i motivi più notati in passerella. Una stampa forte fa subito look anche se hai addosso solo costume e infradito. Funziona bene su bikini a triangolo, interi cut-out e parei coordinati. Se scegli l'animalier, tieni pulito il resto. Occhiali neri, borsa naturale, gioielli piccoli. Troppi elementi insieme fanno effetto valigia esplosa.

Wet look e tessuti lucidi: il costume che prende la luce

Tra le tendenze più scenografiche ci sono superfici lucide, materiali traslucidi, effetto bagnato, bagliori metallici. Fortissimo il richiamo all'acqua, tra alternanza di opacità, lucentezze e trasparenze. Al tramonto rende tantissimo. Un intero bronzo, un bikini argento spento, un verde petrolio lucido: con la pelle dorata e i capelli ancora umidi diventa subito editoriale.

Double bikini e layering: la tendenza più social

Due triangoli sovrapposti, colori a contrasto, lacci che si incrociano. Il double bikini è una delle idee più giovani della stagione: è tra le tendenze chiave dell'estate 2026, insieme a interi minimal e bikini gioiello. È divertente, fotogenico, perfetto se ami cambiare senza comprare dieci costumi. Basta giocare con due pezzi che hai già. Funziona meglio con triangoli sottili e tessuti leggeri. Evita imbottiture, coppe rigide e troppi nodi sulla schiena: dopo un'ora sul lettino potresti odiarlo.

PUBBLICAZIONE: eventiintoscana.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.90
REACH: 249
CATEGORIA DEL SITO WEB: Travel and Tourism/Travel and Tourism
VISITE MENSILI: 7572.51
AUTORE:
URL: www.eventiintoscana.it
> 24 giugno 2026 alle ore 14:46
> Versione Online

Maredamare, Firenze

Maredamare, il principale salone internazionale dedicato al settore beachwear, resortwear e intimo mare, è in programma a Firenze alla Fortezza da Basso dal 18 al 20 luglio. Giunta alla sua 19ª edizione, la manifestazione rappresenta un punto di riferimento in Europa per la moda mare e riunisce ogni anno buyer, brand e operatori professionali provenienti da tutto il mondo. L'evento è organizzato da Underbeach e si configura come una fiera B2B (riservata agli operatori del settore), con registrazione obbligatoria. All'interno di un'area espositiva di circa 11.000 mq vengono presentate in anteprima le collezioni per la stagione successiva. La manifestazione ospita mediamente oltre 200–250 marchi, tra grandi brand internazionali e realtà emergenti, con una forte presenza di aziende italiane e straniere. Maredamare non è solo una fiera commerciale, ma anche una piattaforma di networking e aggiornamento professionale. Durante i tre giorni si svolgono sfilate, presentazioni, workshop e momenti di confronto sulle tendenze del settore, con particolare attenzione a innovazione, sostenibilità e nuove strategie di mercato.

BORSA ITALIANA

PUBBLICAZIONE: Borsaitaliana.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €5269.42
REACH: 363408
CATEGORIA DEL SITO WEB: Finance/Investing
VISITE MENSILI: 11047625.27
AUTORE:
URL: www.borsaitaliana.it

> 29 giugno 2026 alle ore 18:35

> Versione Online

Economia e finanza: gli avvenimenti di MARTEDI' 30 giugno

FINANZA

- Roma: presentazione del primo Libro Bianco sul credito alle micro e piccole imprese (mPI), promosso da Federcasse, Banca Aidexa, Confidi Systema!, Finpromoter, Innexta e Gruppo Nsa, con la collaborazione di Unioncamere. Ore 10,00. Partecipa, tra gli altri, Giuseppe Tripoli, segretario generale di Unioncamere. Presso gli Horti Sallustiani.
- Assogestioni pubblica i dati preliminari di raccolta e patrimonio dell'industria relativi al mese di maggio 2026. Ore 11,00.
- Milano: conferenza stampa di Bnp Paribas, nel corso della quale viene presentato un nuovo modello di Wealth Management dedicato al patrimonio delle grandi famiglie italiane. Ore 11,30. Presso Torre Diamante, piazza Lina Bo Bardi 3.

RIUNIONI DEI CONSIGLI DI AMMINISTRAZIONE

- APPROVAZIONE DATI CONTABILI: Aeffe, I Grandi Viaggi, It Way.

INCONTRI SOCIETA' QUOTATE

- Nessun appuntamento in agenda.

ASSEMBLEE DEGLI AZIONISTI

- Nessun appuntamento in agenda.

DATI MACROECONOMICI

- Giappone: Tasso di disoccupazione, maggio. Ore 1,30.

- Giappone: Job to applicant ratio, Maggio. Ore 1,30.

- Giappone: Produzione industriale m/m prelim. maggio. Ore 1,50.

- Cina: PMI composito - Caixin, giugno. Ore 3,30.

- Cina: PMI non manifatturiero - NBS, giugno. Ore 3,30.

- Cina: PMI manifatturiero - NBS, giugno. Ore 3,30.

- Gran Bretagna: PIL t/t finale, T1. Ore 8,00.

- Germania: Prezzi import a/a, maggio. Ore 8,00.

- Germania: Vendite al dettaglio a/a, maggio. Ore 8,00.

- Germania: Vendite al dettaglio m/m, maggio. Ore 8,00.

- Francia: Spese per consumi m/m, maggio. Ore 8,45.

- Francia: IPCA a/a prelim. giugno. Ore 8,45.

- Germania: Variazione n. disoccupati, giugno. Ore 9,55.

- Germania: Tasso di disoccupazione, giugno. Ore 9,55.

- Italia: Istat - prezzi alla produzione dell'industria e delle costruzioni, maggio. Ore 10,00.

- Italia: Istat - prezzi al consumo, giugno. Ore 11,00.

- Italia: IPCA a/a prelim. giugno. Ore 11,00.

- Italia: IPCA m/m prelim. giugno. Ore 11,00.

- Germania: IPCA a/a prelim. giugno. Ore 14,00.

- Germania: IPCA m/m prelim. giugno. Ore 14,00.

- Germania: CPI (Lander) a/a prelim. giugno. Ore 14,00.

- Germania: CPI (Lander) m/m prelim. giugno. Ore 14,00.

- Stati Uniti: C/Shiller indice dei prezzi delle case a/a, aprile. Ore 15,00.

- Stati Uniti: Indice dei prezzi delle case m/m, aprile. Ore 15,00.

- Stati Uniti: PMI (Chicago), giugno. Ore 15,45.

- Stati Uniti: Fiducia consumatori (CB), giugno. Ore 16,00.

ECONOMIA

- Sintra (Portogallo): prosegue il Forum on Central Banking della Bce. Alle ore 8,40 tavola rotonda "Accelerating growth in Europe: innovation versus diffusion", con il vicepresidente
Bce, Boris Vujcic. Alle ore 11,40 tavola rotonda "Artificial intelligence and financial stability", con Isabel Schnabel, membro del consiglio esecutivo Bce. Alle ore 14.30 panel sull'intelligenza artificiale, con il capoeconomista Bce, Philip Lane. I lavori terminano domani.

- Milano: Most, Centro Nazionale per la Mobilita' Sostenibile,
con il patrocinio di Regione Lombardia e Assolombarda, organizza l'evento "MOSTriamo il futuro e incontriamo l'innovazione", Investor Day per startup e Pmi innovative nel campo della mobilita' sostenibile. Ore 9,30. Presso il Museo Diocesano, corso di Porta Ticinese 95.

- Salerno: evento "Innovation Days 2026", organizzato dall'Universita' degli Studi di Salerno. Ore 9,30. Partecipa,

tra gli altri, Fausto Bianchi, vicepresidente di Confindustria e Presidente P.I. di Confindustria. Presso l'Aula Magna dell'Universita'.

- Roma: conferenza stampa di presentazione del Fondo Sanita' TLC, iniziativa nata dalla collaborazione tra Asstel e le organizzazioni sindacali Slc-Cgil, Fistel-Cisl e UilFPC-Uil, che sara' operativo a partire dal primo luglio 2026. Ore 9,45.
Presso la sede Asstel, via Santa Maria in Via 6.

- "Global Wealth Report 2026", organizzato da Ubs. Ore 10,00. In streaming.

- Milano: evento "Payments Summit 2026 - Innovazione e strategie per un ecosistema di pagamenti avanzato", organizzato da Il Sole 24 Ore, dedicato alle trasformazioni dell'ecosistema dei pagamenti tra euro digitale, stablecoin e innovazione tecnologica. Ore 10,00. Partecipa, tra gli altri, Piero Cipollone, membro del Comitato esecutivo della Bce. Presso l'Auditorium Il Sole 24 Ore, viale Sarca 223. Anche in streaming.

- Roma: conferenza stampa di presentazione del Global Attractiveness Index. Ore 10,30. Presso il Senato della Repubblica.

- Roma: presentazione del nuovo spot istituzionale dedicato alla sicurezza stradale, realizzato dal Mit in collaborazione

con Assogiocattoli. Ore 11,00. Partecipa, tra gli altri,
Matteo Salvini, ministro delle Infrastrutture e dei
Trasporti.
Presso la sede del Mit.
- Genova: firma del Piano Citta' degli immobili pubblici di
Genova. Ore 11,30. Presso l'Universita', via Balbi 5.
- Roma: si tiene il Rendiconto generale Inps 2025, redatto
dal
Consiglio di Indirizzo e Vigilanza dell'Istituto. Partecipa,
tra gli altri, il presidente del Civ, Roberto Ghiselli. Ore
14,30. Presso la sede Inps, via Ciro il Grande 21.
- Roma: presentazione del Position Paper di Fondazione Astrid
"Intelligenza artificiale e education: trasformazione sociale
e indicazioni di riforma". Ore 15,00. Partecipano, tra gli
altri, Franco Bassanini, presidente Fondazione Astrid;
Francesco Profumo, presidente Isybank. Presso il Campus Luiss
di viale Romania 32.
- Milano: assemblea generale di Confindustria Moda "Le nuove
rotte: trasformarsi per restare leader". Ore 16,30.
Partecipa,
tra gli altri, Barbara Cimmino, vicepresidente di
Confindustria per l'Export e l'Attrazione degli Investimenti.
Presso Palazzo Mezzanotte.
- Milano: conferenza stampa Maredamare per la presentazione
delle nuove tendenze beachwear estate 2027 e dati del

comparto, a bordo dell'iconico Tram 1503. Partenza da piazza Castello 2, alle ore 17,45.

- Bruxelles (Belgio): evento "The future of mobility in Europe:
combining decarbonization, competitiveness and European industrial excellence", organizzato in lingua inglese da Confindustria, Anfia e Confindustria Energia. Ore 18,00. Partecipa, tra gli altri, Stefan Pan, vicepresidente di Confindustria per l'Unione europea e il Rapporto con le Confindustrie europee. Presso il Parlamento europeo, sala 5E2

- Milano: incontro "La cultura come motore di trasformazione sociale", organizzato nell'ambito della mostra "La misura dell'Uno" e in occasione del 10mo anniversario del Movimento Arte Etica, dedicato al ruolo dell'arte e della cultura come strumenti di cambiamento, inclusione e crescita collettiva. Ore 18,00. Presso la Fabbrica del Vapore.

POLITICA E ATTIVITA' PARLAMENTARE

CAMERA

10,00 comunicazioni ministro del Lavoro, Marina Elvira Calderone sulla sicurerezza sul lavoro (Aula)

14,00 dg cooperazione ministero Esteri, Stefano Gatti, su missioni internazionali (Esteri e Difesa Camera e Senato congiunte)

14,00 audizioni Ancip, Assiterminal e Uniport su Ddl governance portuale (Trasporti)

14,00 Ddl caccia (Agricoltura)

14,15 Ddl delega riforma professione dottore commercialista (Giustizia)

14,15 Ddl fraternita' lavoro (Lavoro)

14,45 Dm ripartizione 2026 fondo sanzioni amministrative Antitrust destinare a consumatori (Attivita' produttive)

15,00 mozioni revisione Patto stabilita' e investimenti in armamenti; mozioni costo energia e crescita; mozioni diritto veto Ue; mozioni cambiamento climatico; Ddl tutela minori e adulti criminalita' organizzata-'Liberi di scegliere'' (Aula)

20,00 Ddl delega servizio civile (Aula)

SENATO

10,30 Ddl in materia farmaceutica (Affari Sociali)

12,00 Dl Piano casa, Ddl cattura CO2, Ddl nucleare, Ddl riforma Rai (Ambiente)

13,30 Audizioni di Confindustria, Confimi industria, Newcleo, Sogin, Arera, Infn, Cnr, Enea, Coordinamento Free, Aiee su Ddl nucleare (Ambiente)

14,10 Ddl protezione civile (Affari Costituzionali)

14,15 Ddl riforma ordinamenti professionali, Ddl riforma ordinamento forense (Giustizia)

15,00 Dl Patto Ue migrazione (Affari Costituzionali e Giustizia)

15,00 Affare assegnato su aree crisi industriale complessa (Industria)

15,30 Dm programma pluriennale Difesa (Esteri)

15,30 Atti Ue su Accelerazione industriale e 'EU Inc.'

(Industria)

15,45 Relazioni programmatica 2026 e consuntiva 2025 su

partecipazione Italia in Ue (Politiche Ue)

16,00 Dichiarazione su 'Incoraggiare un salto di qualita'

nella deterrenza e nella difesa: un'agenda parlamentare per

una Nato piu' forte' (Esteri)

16,30 Ddl valutazione performance personale Pa, Dl Piano casa

(Aula)

20,00 Audizioni di Ragioniere generale Stato, Daria Perrotta,

e Upb su Intese preliminari autonomia a regioni Liguria,

Lombardia, Piemonte e Veneto (Affari Costituzionali Senato e

Camera)

ORGANISMI BICAMERALI

14,00 audizione Aspen Institute Italia (Copasir).

Red-

(RADIOCOR) 29-06-26 19:35:13 (0590) 5 NNNN

PUBBLICAZIONE: Ansa.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €22520.99
REACH: 1966040
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 59767630.42
AUTORE: Agenzia ANSA
URL: www.ansa.it

> 29 giugno 2026 alle ore 21:39

> Versione Online

Beachwear trend, i costume da bagno che faranno tendenza l'estate 2027



Anticipazioni collezioni a Maredamare

Berlino 2006, vent'anni fa l'Italia saliva sul tetto del mondo

Maredamare anticipa le collezioni che faranno tendenza l'estate 2027

Dal ritorno ad uno stile agreste, a linee più glamour, fino ai riflessi metallici: la fiera internazionale del beachwear e del resortwear Maredamare , organizzata da Underbeach, alla Fortezza da Basso di Firenze dal 18 al 20 luglio 2026, celebra la più ampia panoramica del settore con oltre 250 brand attesi da tutto il mondo,

Frutto dello studio condotto dal trend forecaster Nello Marelli e dal gruppo di lavoro “Nel Colore” per Underbeach il beachwear dell'estate 2027 si sviluppa in quattro macro-tendenze, raccolte sotto il concept “Kaleido”, che descrivono un'estate caleidoscopica, fatta di contrasti e contaminazioni, dove la moda mare diventa espressione di stili di vita, desideri e nuove sensibilità. Rural, Delulu, Actual e Sparty: questi i principali filoni individuati, ciascuno con una propria identità estetica e cromatica.

La prima tendenza, Rural , rappresenta un ritorno al naturale vissuto come rifugio.

In un contesto sempre più digitale, cresce il desiderio di contatto con la natura e di materiali autentici. Tornano così protagonisti il cotone, le fibre naturali, le lavorazioni artigianali e le texture che valorizzano la tattilità del prodotto . La palette richiama i colori della terra, verdi vegetali, il lino e i colori spontanei del paesaggio, dando vita a collezioni poetiche, rassicuranti e memorie di spirito campestre.

Più eterea e sognante è invece Delulu, una tendenza che interpreta il bisogno di leggerezza attraverso una tavolozza dominata da toni pastello, nuance cipriate e accostamenti delicati. Rosa

luminosi, gialli morbidi, azzurri sfumati e acquatic i diventano gli ingredienti di una estetica fatta di sovrapposizioni e trasformano il beachwear in una nuova eleganza disinvolta.

Con Actual l'estate si sposta tra piscine urbane, beach club e gite in barca. È una tendenza dinamica, che celebra la socialità e il tempo libero attraverso i colori vividi delle bandiere. Rigature, moduli ripetuti, motivi da piscina, tessuti adaptive, spugne, jacquard e decorazioni geometriche interpretano un'estetica contemporanea, energica e ottimista, pensata per vivere il mare e la città senza soluzione di continuità.

Chiude il quadro Sparty , fusione ideale tra “spa” e “party”, che racconta il lato più glamour dell'estate. La vacanza diventa un'esperienza immersiva, fatta di benessere, divertimento e momenti da condividere. Protagonisti sono i tessuti scintillanti, accenti metallici, effetti iridescenti, le finiture preziose, le tonalità oro e argent o e tutti quei dettagli che richiamano l'atmosfera delle feste estive, dagli aperitivi in spiaggia agli eventi a bordo piscina.

S piega Raffaella Petrossi Direttrice Generale di Underbeach: " Grazie al lavoro di trend forecasting curato da ‘Nel Colore'per Underbeach e alla collaborazione dei brand espositori, il salone presenterà un'area espositiva capace di restituire una visione chiara delle direzioni stilistiche che caratterizzeranno l'estate 2027. Le quattro tendenze individuate raccontano un mercato sempre più dinamico, nel quale il beachwear supera la sua funzione tradizionale per diventare espressione di identità, emozioni e stili di vita".

Riproduzione riservata © Copyright ANSA

Newsletter ANSA

Veloci, dettagliate, verificate. Nella tua casella mail.

PUBBLICAZIONE: gaeta.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €27.09
REACH: 4062
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 123508.05
AUTORE: Francesco Giuliani
URL: www.gaeta.it
> 29 giugno 2026 alle ore 21:45
> Versione Online

Costumi da bagno estate 2027: le tendenze da non perdere



La fiera internazionale del beachwear e del resortwear Maredamare si svolgerà alla Fortezza da Basso di Firenze dal 18 al 20 luglio 2026, presentando oltre 250 brand provenienti da tutto il mondo. L'evento, organizzato da Underbeach, anticipa le tendenze del settore per l'estate 2027, con un focus su quattro macro-tendenze delineate dal trend forecaster Nello Marelli e dal gruppo di lavoro “Nel Colore”. Il concept “Kaleido” rappresenta un'estate caratterizzata da contrasti e contaminazioni, dove il beachwear si fa espressione di diversi stili di vita e sensibilità. La prima tendenza, Rural , si ispira a un ritorno alla natura, enfatizzando l'importanza di materiali autentici e lavorazioni artigianali. La palette di colori richiama toni terrosi e vegetali, creando collezioni che evocano un senso di tranquillità e legame con il paesaggio.

La seconda tendenza, Delulu , si distingue per la sua leggerezza, con tonalità pastello e accostamenti delicati. Rosa luminosi, gialli morbidi e azzurri sfumati caratterizzano un'estetica che trasforma il beachwear in un'eleganza informale e sognante.

La tendenza Actual porta l'estate in ambienti urbani e sociali, con colori vivaci e motivi ispirati all'acqua. Questa estetica contemporanea utilizza rigature e tessuti innovativi per riflettere uno stile di vita dinamico, ideale per chi ama vivere il mare e la città simultaneamente.

Infine, Sparty rappresenta la fusione tra benessere e divertimento, con tessuti scintillanti e dettagli glamour che richiamano l'atmosfera delle feste estive. Questa tendenza celebra momenti di condivisione e esperienze immersive, rendendo ogni vacanza un'occasione per divertirsi e rilassarsi.

Raffaella Petrossi, Direttrice Generale di Underbeach, ha dichiarato che il lavoro di trend forecasting, unito alla collaborazione con i brand espositori, permetterà di offrire una visione chiara delle direzioni stilistiche del beachwear per l'estate 2027, evidenziando come questo settore stia evolvendo oltre la sua funzione tradizionale.

Notizie correlate

PUBBLICAZIONE: Ansa.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €19955.31
REACH: 1966040
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 59767630.42
AUTORE: Agenzia ANSA
URL: www.ansa.it
> 29 giugno 2026 alle ore 21:56
> Versione Online

Beachwear trend, i costumi da bagno che faranno tendenza l’estate 2027

Anticipazioni collezioni a Maredamare (ANSA)



Anticipazioni collezioni a Maredamare

Maredamare anticipa le collezioni che faranno tendenza l’estate 2027

Dal ritorno ad uno stile agreste, a linee più glamour, fino ai riflessi metallici: la fiera internazionale del beachwear e del resortwear Maredamare, organizzata da Underbeach, alla Fortezza da Basso di Firenze dal 18 al 20 luglio 2026, celebra la più ampia panoramica del settore con oltre 250 brand attesi da tutto il mondo,

Frutto dello studio condotto dal trend forecaster Nello Marelli e dal gruppo di lavoro “Nel Colore” per Underbeach il beachwear dell’estate 2027 si sviluppa in quattro macro-tendenze, raccolte sotto il concept “Kaleido”, che descrivono un’estate caleidoscopica, fatta di contrasti e contaminazioni, dove la moda mare diventa espressione di stili di vita, desideri e nuove sensibilità. Rural, Delulu, Actual e Sparty: questi i principali filoni individuati, ciascuno con una propria identità estetica e cromatica.

La prima tendenza, Rural, rappresenta un ritorno al naturale vissuto come rifugio. In un contesto sempre più digitale, cresce il desiderio di contatto con la natura e di materiali autentici. Tornano così protagonisti il cotone, le fibre naturali, le lavorazioni artigianali e le texture che valorizzano la tattilità del prodotto. La palette richiama i colori della terra, verdi vegetali, il lino e i colori spontanei del paesaggio, dando vita a collezioni poetiche, rassicuranti e memorie di spirito campestre.

Più eterea e sognante è invece Delulu, una tendenza che interpreta il bisogno di leggerezza attraverso una tavolozza dominata da toni pastello, nuance cipriate e accostamenti delicati. Rosa luminosi, gialli morbidi, azzurri sfumati e acquatici diventano gli ingredienti di una estetica fatta di sovrapposizioni e trasformano il beachwear in una nuova eleganza disinvolta.

PUBBLICAZIONE: Ansa.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €19955.31
REACH: 1966040
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 59767630.42
AUTORE: Agenzia ANSA
URL: www.ansa.it
> 29 giugno 2026 alle ore 21:56
> Versione Online

Con Actual l’estate si sposta tra piscine urbane, beach club e gite in barca. È una tendenza dinamica, che celebra la socialità e il tempo libero attraverso i colori vividi delle bandiere. Rigature, moduli ripetuti, motivi da piscina, tessuti adaptive, spugne, jacquard e decorazioni geometriche interpretano un’estetica contemporanea, energica e ottimista, pensata per vivere il mare e la città senza soluzione di continuità.

Chiude il quadro Sparty, fusione ideale tra “spa” e “party”, che racconta il lato più glamour dell’estate. La vacanza diventa un’esperienza immersiva, fatta di benessere, divertimento e momenti da condividere. Protagonisti sono i tessuti scintillanti, accenti metallici, effetti iridescenti, le finiture preziose, le tonalità oro e argento e tutti quei dettagli che richiamano l’atmosfera delle feste estive, dagli aperitivi in spiaggia agli eventi a bordo piscina.

Spiega Raffaella Petrossi, Direttrice Generale di Underbeach: "Grazie al lavoro di trend forecasting curato da ‘Nel Colore’per Underbeach e alla collaborazione dei brand espositori, il salone presenterà un’area espositiva capace di restituire una visione chiara delle direzioni stilistiche che caratterizzeranno l’estate 2027. Le quattro tendenze individuate raccontano un mercato sempre più dinamico, nel quale il beachwear supera la sua funzione tradizionale per diventare espressione di identità, emozioni e stili di vita".

PUBBLICAZIONE: gaeta.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €31.22
REACH: 4062
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 123508.05
AUTORE: Francesco Giuliani
URL: www.gaeta.it
> 29 giugno 2026 alle ore 22:05
> Versione Online

Costumi da bagno 2027: le tendenze beachwear da non perdere



La fiera internazionale del beachwear e del resortwear, Maredamare, si svolgerà alla Fortezza da Basso di Firenze dal 18 al 20 luglio 2026, presentando le collezioni destinate a influenzare la moda dell'estate 2027. L'evento, organizzato da Underbeach, vedrà la partecipazione di oltre 250 brand provenienti da tutto il mondo. Il trend forecaster Nello Marelli e il gruppo di lavoro “Nel Colore” hanno condotto un'analisi che ha portato all'identificazione di quattro macro-tendenze, raggruppate sotto il concept “Kaleido”. Queste tendenze rappresentano un'estate caratterizzata da contrasti e contaminazioni, con il beachwear che diventa una forma di espressione di stili di vita e nuove sensibilità. La prima tendenza, Rural , si ispira al desiderio di ritorno alla natura. In un'epoca sempre più digitale, emerge la ricerca di materiali autentici e naturali. I tessuti come il cotone e le fibre naturali tornano in primo piano, con lavorazioni artigianali che enfatizzano la tattilità. La palette cromatica richiama i colori della terra e della vegetazione, creando collezioni poetiche e rassicuranti.

Delulu offre un'interpretazione eterea e sognante, caratterizzata da toni pastello e accostamenti delicati. Colori come il rosa luminoso, il giallo morbido e l'azzurro sfumato si combinano per dare vita a una nuova eleganza nel beachwear, improntata alla leggerezza e alle sovrapposizioni.

La tendenza Actual si muove in ambienti urbani, tra piscine e beach club, celebrando la socialità attraverso colori vivaci e motivi geometrici. Tessuti come spugne e jacquard, insieme a rigature e decorazioni, definiscono un'estetica contemporanea, energica e ottimista, adatta per vivere il mare e la città in modo fluido.

Infine, Sparty rappresenta una fusione tra benessere e divertimento, con un focus sul glamour. Questa tendenza propone tessuti scintillanti, accenti metallici e finiture preziose, evocando l'atmosfera delle feste estive. Raffaella Petrossi, Direttrice Generale di Underbeach, ha dichiarato che grazie al trend forecasting e alla collaborazione con i brand espositori, il salone offrirà una visione chiara delle direzioni stilistiche per l'estate 2027. Le quattro tendenze evidenziano un mercato in evoluzione, dove il beachwear assume un ruolo sempre più significativo come espressione di identità e emozioni.

PUBBLICAZIONE: gaeta.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €31.22
REACH: 4062
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 123508.05
AUTORE: Francesco Giuliani
URL: www.gaeta.it
> 29 giugno 2026 alle ore 22:05
> Versione Online

Notizie correlate

PUBBLICAZIONE: gazzettadireggio.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.34
REACH: 36
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 1098.06
AUTORE:
URL: www.gazzettadireggio.com
> 30 giugno 2026 alle ore 2:25
> Versione Online

Beachwear trend, i costumi da bagno che faranno tendenza l'estate 2027 – Moda

Maredamare anticipa le collezioni che faranno tendenza l'estate 2027

Dal ritorno ad uno stile agreste, a linee più glamour, fino ai riflessi metallici: la fiera internazionale del beachwear e del resortwear Maredamare , organizzata da Underbeach, alla Fortezza da Basso di Firenze dal 18 al 20 luglio 2026, celebra la più ampia panoramica del settore con oltre 250 brand attesi da tutto il mondo,

Frutto dello studio condotto dal trend forecaster Nello Marelli e dal gruppo di lavoro “Nel Colore” per Underbeach il beachwear dell'estate 2027 si sviluppa in quattro macro-tendenze, raccolte sotto il concept “Kaleido”, che descrivono un'estate caleidoscopica, fatta di contrasti e contaminazioni, dove la moda mare diventa espressione di stili di vita, desideri e nuove sensibilità. Rural, Delulu, Actual e Sparty: questi i principali filoni individuati, ciascuno con una propria identità estetica e cromatica.

La prima tendenza, Rural , rappresenta un ritorno al naturale vissuto come rifugio. In un contesto sempre più digitale, cresce il desiderio di contatto con la natura e di materiali autentici. Tornano così protagonisti il cotone, le fibre naturali, le lavorazioni artigianali e le texture che valorizzano la tattilità del prodotto . La palette richiama i colori della terra, verdi vegetali, il lino e i colori spontanei del paesaggio, dando vita a collezioni poetiche, rassicuranti e memorie di spirito campestre.

Più eterea e sognante è invece Delulu, una tendenza che interpreta il bisogno di leggerezza attraverso una tavolozza dominata da toni pastello, nuance cipriate e accostamenti delicati. Rosa luminosi, gialli morbidi, azzurri sfumati e acquatic i diventano gli ingredienti di una estetica fatta di sovrapposizioni e trasformano il beachwear in una nuova eleganza disinvolta.

Con Actual l'estate si sposta tra piscine urbane, beach club e gite in barca. È una tendenza dinamica, che celebra la socialità e il tempo libero attraverso i colori vividi delle bandiere. Rigature, moduli ripetuti, motivi da piscina, tessuti adaptive, spugne, jacquard e decorazioni geometriche interpretano un'estetica contemporanea, energica e ottimista, pensata per vivere il mare e la città senza soluzione di continuità.

Chiude il quadro Sparty , fusione ideale tra “spa” e “party”, che racconta il lato più glamour dell'estate. La vacanza diventa un'esperienza immersiva, fatta di benessere, divertimento e momenti da condividere. Protagonisti sono i tessuti scintillanti, accenti metallici, effetti iridescenti, le finiture preziose, le tonalità oro e argent o e tutti quei dettagli che richiamano l'atmosfera delle feste estive, dagli aperitivi in spiaggia agli eventi a bordo piscina.

S

Riproduzione riservata © Copyright ANSA

Leave A Reply

PUBBLICAZIONE: gazzettadireggio.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.34
REACH: 36
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 1098.06
AUTORE:
URL: www.gazzettadireggio.com
> 30 giugno 2026 alle ore 2:25
> Versione Online

Devi essere connesso per inviare un commento.

PUBBLICAZIONE: tirrenonotizie.blogspot.com
PAESE: ITA
CATEGORIA DEL SITO WEB:
TIPOLOGIA: Web
VISITE MENSILI:
AVE: 0.00
AUTORE:
REACH: 0
URL: tirrenonotizie.blogspot.com
> 30 giugno 2026 alle ore 15:59
> Versione Online

Maredamare anticipa le collezioni che faranno tendenza l'estate 2027



Dal ritorno ad uno stile agreste, a linee più glamour, fino ai riflessi metallici: la fiera internazionale del beachwear e del resortwear mostrerà in un'area dedicata gli scenari della prossima stagione, frutto dello studio curato dal trend forecaster Nello Marelli e dal gruppo di lavoro “Nel Colore” per Underbeach – Un'estate che guarda alla natura ma non rinuncia alla fantasia, che alterna il desiderio di autenticità alla voglia di evasione, tra atmosfere rurali, colori delicati, feste al tramonto e riflessi scintillanti. È questa la direzione che prenderanno le collezioni mare che sfoggeremo la prossima estate (2027) e che sarà possibile vedere in anteprima durante la XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata da Underbeach, che quest'anno tornerà alla Fortezza da Basso di Firenze dal 18 al 20 luglio 2026, celebrando la più ampia panoramica del settore. Oltre 250 i brand attesi da tutto il mondo, pronti ad anticipare al pubblico, in un'area dedicata, quello che sfoggeremo tra un anno sotto l'ombrellone.

Frutto dello studio condotto dal trend forecaster Nello Marelli e dal gruppo di lavoro “Nel Colore” per Underbeach il beachwear dell'estate 2027 si sviluppa in quattro macro-tendenze, raccolte sotto il concept “Kaleido”, che descrivono un'estate caleidoscopica, fatta di contrasti e contaminazioni, dove la moda mare diventa espressione di stili di vita, desideri e nuove sensibilità. Rural, Delulu, Actual e Sparty: questi i principali filoni individuati, ciascuno con una propria identità estetica e cromatica.

Fabrizio Del Bimbo

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze

Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach. Le parole di Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach: "I brand che espongono da noi sono di fascia medio alta e ospitiamo 300-400 brand, molti provenienti anche dall'estero, con una percentuale di circa il 30% da diversi paesi stranieri. La stessa cosa vale per il nostro visitatorato che prevede la partecipazione di buyer principalmente italiani, ma anche provenienti da molti paesi esteri europei e extraeuropei." È stata inoltre presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, con 665 milioni dati dal consumo interno. Ci sono poi gli acquisti dei turisti stranieri che pesano per il 25-30% del mercato, per un valore che arriva a 200 milioni. A trainare le vendite sono soprattutto i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto all'e-commerce, che si ferma sotto il 15% delle vendite complessive. Un settore solido quello del beachwear, che guarda già alle tendenze del 2027. L'intervista a Nello Marelli, trend forecaster per Underbeach: "Sicuramente abbiamo bisogno di un ristoro, di un ritorno alla calma che ci dà la natura: per questo abbiamo scelto il tema rural piuttosto che questo desiderio di escapismo dal caos, la voglia di essere anche dei lusi, la capacità di sovrapporre gli elementi con dei lulu e infine questo desiderio di comunque stare a contatto con l'acqua ma in città, quindi la piscina, la spiaggia in città che è actual."

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze

Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach. Le parole di Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach: "I brand che espongono da noi sono di fascia medio alta e ospitiamo 300-400 brand, molti provenienti anche dall'estero, con una percentuale di circa il 30% da diversi paesi stranieri. La stessa cosa vale per il nostro visitatorato che prevede la partecipazione di buyer principalmente italiani, ma anche provenienti da molti paesi esteri europei e extraeuropei." È stata inoltre presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, con 665 milioni dati dal consumo interno. Ci sono poi gli acquisti dei turisti stranieri che pesano per il 25-30% del mercato, per un valore che arriva a 200 milioni. A trainare le vendite sono soprattutto i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto all'e-commerce, che si ferma sotto il 15% delle vendite complessive. Un settore solido quello del beachwear, che guarda già alle tendenze del 2027. L'intervista a Nello Marelli, trend forecaster per Underbeach: "Sicuramente abbiamo bisogno di un ristoro, di un ritorno alla calma che ci dà la natura: per questo abbiamo scelto il tema rural piuttosto che questo desiderio di escapismo dal caos, la voglia di essere anche dei lusi, la capacità di sovrapporre gli elementi con dei lulu e infine questo desiderio di comunque stare a contatto con l'acqua ma in città, quindi la piscina, la spiaggia in città che è actual."

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze

Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach.

Le parole di Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach: "I brand che espongono da noi sono di fascia medio alta e ospitiamo 300-400 brand, molti provenienti anche dall'estero, con una percentuale di circa il 30% da diversi paesi stranieri. La stessa cosa vale per il nostro visitatorato che prevede la partecipazione di buyer principalmente italiani, ma anche provenienti da molti paesi esteri europei e extraeuropei."

È stata inoltre presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, con 665 milioni dati dal consumo interno. Ci sono poi gli acquisti dei turisti stranieri che pesano per il 25-30% del mercato, per un valore che arriva a 200 milioni. A trainare le vendite sono soprattutto i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto all'e-commerce, che si ferma sotto il 15% delle vendite complessive.

Un settore solido quello del beachwear, che guarda già alle tendenze del 2027.

L'intervista a Nello Marelli, trend forecaster per Underbeach: "Sicuramente abbiamo bisogno di un ristoro, di un ritorno alla calma che ci dà la natura: per questo abbiamo scelto il tema rural piuttosto che questo desiderio di escapismo dal caos, la voglia di essere anche dei lusi, la capacità di sovrapporre gli elementi con dei lulu e infine questo desiderio di comunque stare a contatto con l'acqua ma in città, quindi la piscina, la spiaggia in città che è actual."

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze

Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach.

Le parole di Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach: "I brand che espongono da noi sono di fascia medio alta e ospitiamo 300-400 brand, molti provenienti anche dall'estero, con una percentuale di circa il 30% da diversi paesi stranieri. La stessa cosa vale per il nostro visitatorato che prevede la partecipazione di buyer principalmente italiani, ma anche provenienti da molti paesi esteri europei e extraeuropei."

È stata inoltre presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, con 665 milioni dati dal consumo interno. Ci sono poi gli acquisti dei turisti stranieri che pesano per il 25-30% del mercato, per un valore che arriva a 200 milioni. A trainare le vendite sono soprattutto i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto all'e-commerce, che si ferma sotto il 15% delle vendite complessive.

Un settore solido quello del beachwear, che guarda già alle tendenze del 2027.

L'intervista a Nello Marelli, trend forecaster per Underbeach: "Sicuramente abbiamo bisogno di un ristoro, di un ritorno alla calma che ci dà la natura: per questo abbiamo scelto il tema rural piuttosto che questo desiderio di escapismo dal caos, la voglia di essere anche dei lusi, la capacità di sovrapporre gli elementi con dei lulu e infine questo desiderio di comunque stare a contatto con l'acqua ma in città, quindi la piscina, la spiaggia in città che è actual."

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze

Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach.

Le parole di Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach: "I brand che espongono da noi sono di fascia medio alta e ospitiamo 300-400 brand, molti provenienti anche dall'estero, con una percentuale di circa il 30% da diversi paesi stranieri. La stessa cosa vale per il nostro visitatorato che prevede la partecipazione di buyer principalmente italiani, ma anche provenienti da molti paesi esteri europei e extraeuropei."

È stata inoltre presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, con 665 milioni dati dal consumo interno. Ci sono poi gli acquisti dei turisti stranieri che pesano per il 25-30% del mercato, per un valore che arriva a 200 milioni. A trainare le vendite sono soprattutto i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto all'e-commerce, che si ferma sotto il 15% delle vendite complessive.

Un settore solido quello del beachwear, che guarda già alle tendenze del 2027.

L'intervista a Nello Marelli, trend forecaster per Underbeach: "Sicuramente abbiamo bisogno di un ristoro, di un ritorno alla calma che ci dà la natura: per questo abbiamo scelto il tema rural piuttosto che questo desiderio di escapismo dal caos, la voglia di essere anche dei lusi, la capacità di sovrapporre gli elementi con dei lulu e infine questo desiderio di comunque stare a contatto con l'acqua ma in città, quindi la piscina, la spiaggia in città che è actual."

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze

Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach.

Le parole di Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach: "I brand che espongono da noi sono di fascia medio alta e ospitiamo 300-400 brand, molti provenienti anche dall'estero, con una percentuale di circa il 30% da diversi paesi stranieri. La stessa cosa vale per il nostro visitatorato che prevede la partecipazione di buyer principalmente italiani, ma anche provenienti da molti paesi esteri europei e extraeuropei."

È stata inoltre presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, con 665 milioni dati dal consumo interno. Ci sono poi gli acquisti dei turisti stranieri che pesano per il 25-30% del mercato, per un valore che arriva a 200 milioni. A trainare le vendite sono soprattutto i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto all'e-commerce, che si ferma sotto il 15% delle vendite complessive.

Un settore solido quello del beachwear, che guarda già alle tendenze del 2027.

L'intervista a Nello Marelli, trend forecaster per Underbeach: "Sicuramente abbiamo bisogno di un ristoro, di un ritorno alla calma che ci dà la natura: per questo abbiamo scelto il tema rural piuttosto che questo desiderio di escapismo dal caos, la voglia di essere anche dei lusi, la capacità di sovrapporre gli elementi con dei lulu e infine questo desiderio di comunque stare a contatto con l'acqua ma in città, quindi la piscina, la spiaggia in città che è actual."

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze

Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach.

Le parole di Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach: "I brand che espongono da noi sono di fascia medio alta e ospitiamo 300-400 brand, molti provenienti anche dall'estero, con una percentuale di circa il 30% da diversi paesi stranieri. La stessa cosa vale per il nostro visitatorato che prevede la partecipazione di buyer principalmente italiani, ma anche provenienti da molti paesi esteri europei e extraeuropei."

È stata inoltre presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, con 665 milioni dati dal consumo interno. Ci sono poi gli acquisti dei turisti stranieri che pesano per il 25-30% del mercato, per un valore che arriva a 200 milioni. A trainare le vendite sono soprattutto i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto all'e-commerce, che si ferma sotto il 15% delle vendite complessive.

Un settore solido quello del beachwear, che guarda già alle tendenze del 2027.

L'intervista a Nello Marelli, trend forecaster per Underbeach: "Sicuramente abbiamo bisogno di un ristoro, di un ritorno alla calma che ci dà la natura: per questo abbiamo scelto il tema rural piuttosto che questo desiderio di escapismo dal caos, la voglia di essere anche dei lusi, la capacità di sovrapporre gli elementi con dei lulu e infine questo desiderio di comunque stare a contatto con l'acqua ma in città, quindi la piscina, la spiaggia in città che è actual."

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze

Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach.

Le parole di Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach: "I brand che espongono da noi sono di fascia medio alta e ospitiamo 300-400 brand, molti provenienti anche dall'estero, con una percentuale di circa il 30% da diversi paesi stranieri. La stessa cosa vale per il nostro visitatorato che prevede la partecipazione di buyer principalmente italiani, ma anche provenienti da molti paesi esteri europei e extraeuropei."

È stata inoltre presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, con 665 milioni dati dal consumo interno. Ci sono poi gli acquisti dei turisti stranieri che pesano per il 25-30% del mercato, per un valore che arriva a 200 milioni. A trainare le vendite sono soprattutto i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto all'e-commerce, che si ferma sotto il 15% delle vendite complessive.

Un settore solido quello del beachwear, che guarda già alle tendenze del 2027.

L'intervista a Nello Marelli, trend forecaster per Underbeach: "Sicuramente abbiamo bisogno di un ristoro, di un ritorno alla calma che ci dà la natura: per questo abbiamo scelto il tema rural piuttosto che questo desiderio di escapismo dal caos, la voglia di essere anche dei lusi, la capacità di sovrapporre gli elementi con dei lulu e infine questo desiderio di comunque stare a contatto con l'acqua ma in città, quindi la piscina, la spiaggia in città che è actual."

PUBBLICAZIONE: pambianconews.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €93.63
REACH: 6457
CATEGORIA DEL SITO WEB: Arts and Entertainment/Arts and Entertai
VISITE MENSILI: 196313.91
AUTORE:
URL: www.pambianconews.com
> 1 luglio 2026 alle ore 8:37
> Versione Online

Il beachwear supera gli 830 milioni in Italia. Dai turisti quarto dello shopping

Durante la conferenza stampa relativa alla prossima edizione di Maredamare (18-20 luglio 2026) sono stati comunicati i dati relativi al mercato italiano del beachwear. Il segmento ha un valore complessivo superiore agli 830 milioni di euro, sostenuto prevalentemente dalla componente femminile e dalla crescita della fascia premium. È quanto emerso dalla ricerca 'Consumi, export e import dell'abbigliamento mare in Italia 2025', realizzata da Sita Ricerca per Underbeach ed Armi – Associazione Italiana Mare Intimo, che rappresenta in modo unitario produttori, aziende ed operatori della filiera intimo, lingerie e beachwear. Lo studio costituisce la prima analisi dedicata esclusivamente al mercato della moda mare in Italia, offrendo una fotografia dettagliata dei consumi, dei canali distributivi e delle dinamiche commerciali che caratterizzano il settore.

Dall'indagine si nota che i consumi italiani legati al beachwear si attestano ad un valore complessivo di 665 milioni di euro, in sostanziale tenuta rispetto al 2024 (+0,1 per cento). Se a questi numeri si aggiungono i consumi dei turisti in Italia, stimati in circa il 166 milioni di euro, il valore complessivo supera gli 830 milioni. A fare la parte del leone è la componente femminile, che incide per l'80% degli acquisti. A livello di mercato europeo il beachwear si attesta intorno ai 23 miliardi di euro, con proiezioni di forte crescita che stimano il superamento dei 35 miliardi di euro entro il 2032 (fonte Zion Market Research). Anche in questo caso il dominio assoluto delle vendite riguarda il comparto donna, con oltre il 70% del totale. Il bikini rimane il modello più acquistato, seguito dal costume intero, sempre più usato e costruito come body da indossare anche fuori dalla spiaggia.

A trainare le vendite sono i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto al resto del comparto moda. L'e-commerce, infatti, si ferma sotto il 15% delle vendite complessive, contro una media superiore al 20% nell'abbigliamento. In questo contesto, a registrare la crescita più significativa sono i negozi multimarca, che nel segmento maschile intercettano il 51,7% degli acquisti e nel segmento femminile guadagnano quasi l'1 per cento.

Particolarmente significativa la crescita della fascia premium. Tra il 2023 e il 2025 il segmento ha registrato un incremento dell'11,3% a valore, più del doppio rispetto alla crescita dell'intero mercato (+4,7 per cento). A trainare questa dinamica sono soprattutto gli acquisti dei turisti, l'80% dei quali si attesta sulla fascia premium e che portano il valore ad oltre 200 milioni di euro.

Accanto al beachwear cresce il peso dei fuori acqua o resortwear, cioè l'abbigliamento di fascia alta dedicato alle vacanze e al tempo libero nelle località turistiche (kaftani di seta, abiti lunghi in lino, completi da barca, calzature di lusso ed accessori pensati per la vita fuori dalla spiaggia), che è in gran parte rappresentato dalle grandi griffe. Sebbene non esistano rilevazioni ufficiali dedicate a questo segmento, l'incrocio di dati sul retail moda, sul turismo di alta gamma e sui mercati internazionali consente di stimarne un valore compreso tra 700 e 900 milioni di euro.

Si tratta di un comparto fortemente legato al turismo di lusso, che trova in note location italiane – da Capri a Portofino, dalla Costa Smeralda a Positano – il proprio principale motore di sviluppo. Considerando insieme beachwear e resortwear, il valore complessivo dell'abbigliamento mare in

PUBBLICAZIONE: pambianconews.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €93.63
REACH: 6457
CATEGORIA DEL SITO WEB: Arts and Entertainment/Arts and Entertai
VISITE MENSILI: 196313.91
AUTORE:
URL: www.pambianconews.com
> 1 luglio 2026 alle ore 8:37
> Versione Online

Italia può essere stimato tra 1,4 e 1,7 miliardi di euro, mentre il segmento premium, che intercetta gran parte del mercato resortwear, raggiunge un valore compreso tra 800 e 900 milioni.

A fronte di esportazioni di 235 milioni di euro per il 2025, in leggero calo rispetto al 2024 (-1,4 per cento), le stime aggregate danno il mercato beachwear globale, comprensivo del mondo resortwear, di circa un miliardo di euro in cui le collezioni cruise dei grandi marchi della moda italiana hanno un peso di oltre 600 milioni di euro. Le importazioni da paesi extra Ue si attestano invece a 127 milioni di euro (+2,5% rispetto al 2024), mentre quelle da paesi europei sono a 99 milioni (-13,9 per cento). La Cina che si conferma il principale fornitore del mercato italiano con il 16,6% seguita da Croazia (9,7%) e Sri Lanka, al 9,5 per cento. Parallelamente alla crescita del mercato interno, c'è una forte ripresa della produzione tessile in Italia, con un significativo potenziamento della filiera dei terzisti e del made in Italy.

La 19esima edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach, tornerà alla Fortezza da Basso di Firenze con oltre 250 brand da tutto il mondo, pronti a presentare le collezioni primavera/estate 2027. Accanto alle linee mare cresce la presenza del resortwear e degli accessori.

Si rafforza la collaborazione con Agenzia Ice , che contribuirà ad ampliare la presenza di buyer selezionati provenienti da Europa, Americhe, Medio Oriente, ed Africa. Ad arricchire il programma, un calendario di eventi tra sfilate, workshop e appuntamenti dedicati ai giovani talenti. Tra questi, la sfilata delle collezioni finaliste del Concorso nazionale professione moda giovani stilisti di Cna Federmoda, il più longevo contest italiano per i creativi del settore, che quest'anno si svolgerà proprio a Firenze, la sera del 18 luglio, e come da tradizione avrà una sezione dedicata ad intimo e beachwear.

PUBBLICAZIONE: askanews.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €44.70
REACH: 6423
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 195273.82
AUTORE:
URL: askanews.it

> 1 luglio 2026 alle ore 15:00

> Versione Online

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze

Prima ricerca di settore: il mercato vale oltre 830 mln



Prima ricerca di settore: il mercato vale oltre 830 mln

Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach.

Le parole di Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach: "I brand che espongono da noi sono di fascia medio alta e ospitiamo 300-400 brand, molti provenienti anche dall'estero, con una percentuale di circa il 30% da diversi paesi stranieri. La stessa cosa vale per il nostro visitatorato che prevede la partecipazione di buyer principalmente italiani, ma anche provenienti da molti paesi esteri europei e extraeuropei."

È stata inoltre presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, con 665 milioni dati dal consumo interno. Ci sono poi gli acquisti dei turisti stranieri che pesano per il 25-30% del mercato, per un valore che arriva a 200 milioni. A trainare le vendite sono soprattutto i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto all'e-commerce, che si ferma sotto il 15% delle vendite complessive.

Un settore solido quello del beachwear, che guarda già alle tendenze del 2027.

L'intervista a Nello Marelli, trend forecaster per Underbeach: "Sicuramente abbiamo bisogno di un ristoro, di un ritorno alla calma che ci dà la natura: per questo abbiamo scelto il tema rural piuttosto che questo desiderio di escapismo dal caos, la voglia di essere anche dei lusi, la capacità di sovrapporre gli elementi con dei lulu e infine questo desiderio di comunque stare a contatto con l'acqua ma in città, quindi la piscina, la spiaggia in città che è actual."

PUBBLICAZIONE: LiberoQuotidiano.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €2939.93
REACH: 405508
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 12327458.65
AUTORE:
URL: www.liberoquotidiano.it
> 1 luglio 2026 alle ore 15:01
> Versione Online

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze

di TMNews

mercoledì 1 luglio 2026

Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach.

Le parole di Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach: "I brand che espongono da noi sono di fascia medio alta e ospitiamo 300-400 brand, molti provenienti anche dall'estero, con una percentuale di circa il 30% da diversi paesi stranieri. La stessa cosa vale per il nostro visitatorato che prevede la partecipazione di buyer principalmente italiani, ma anche provenienti da molti paesi esteri europei e extraeuropei."

È stata inoltre presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, con 665 milioni dati dal consumo interno. Ci sono poi gli acquisti dei turisti stranieri che pesano per il 25-30% del mercato, per un valore che arriva a 200 milioni. A trainare le vendite sono soprattutto i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto all'e-commerce, che si ferma sotto il 15% delle vendite complessive.

Un settore solido quello del beachwear, che guarda già alle tendenze del 2027.

L'intervista a Nello Marelli, trend forecaster per Underbeach: "Sicuramente abbiamo bisogno di un ristoro, di un ritorno alla calma che ci dà la natura: per questo abbiamo scelto il tema rural piuttosto che questo desiderio di escapismo dal caos, la voglia di essere anche dei lusi, la capacità di sovrapporre gli elementi con dei lulu e infine questo desiderio di comunque stare a contatto con l'acqua ma in città, quindi la piscina, la spiaggia in città che è actual."

L'imprenditore del futuro: l'importanza della successione

PUBBLICAZIONE: Libero.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €13096.55
REACH: 1963500
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 59690422.19
AUTORE:
URL: www.libero.it
> 1 luglio 2026 alle ore 15:12
> Versione Online

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze

Prima ricerca di settore: il mercato vale oltre 830 mln



Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach.

Le parole di Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach: "I brand che espongono da noi sono di fascia medio alta e ospitiamo 300-400 brand, molti provenienti anche dall'estero, con una percentuale di circa il 30% da diversi paesi stranieri. La stessa cosa vale per il nostro visitatorato che prevede la partecipazione di buyer principalmente italiani, ma anche provenienti da molti paesi esteri europei e extraeuropei."

È stata inoltre presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, con 665 milioni dati dal consumo interno. Ci sono poi gli acquisti dei turisti stranieri che pesano per il 25-30% del mercato, per un valore che arriva a 200 milioni. A trainare le vendite sono soprattutto i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto all'e-commerce, che si ferma sotto il 15% delle vendite complessive.

Un settore solido quello del beachwear, che guarda già alle tendenze del 2027.

L'intervista a Nello Marelli, trend forecaster per Underbeach: "Sicuramente abbiamo bisogno di un ristoro, di un ritorno alla calma che ci dà la natura: per questo abbiamo scelto il tema rural piuttosto che questo desiderio di escapismo dal caos, la voglia di essere anche dei lusi, la capacità di sovrapporre gli elementi con dei lulu e infine questo desiderio di comunque stare a contatto con l'acqua ma in città, quindi la piscina, la spiaggia in città che è actual."

PUBBLICAZIONE: gazzettamatin.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €45.58
REACH: 6287
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 191132.42
AUTORE:
URL: www.gazzettamatin.com
> 1 luglio 2026 alle ore 15:16
> Versione Online

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze



Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach.

Le parole di Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach: “I brand che espongono da noi sono di fascia medio alta e ospitiamo 300-400 brand, molti provenienti anche dall'estero, con una percentuale di circa il 30% da diversi paesi stranieri. La stessa cosa vale per il nostro visitatorato che prevede la partecipazione di buyer principalmente italiani, ma anche provenienti da molti paesi esteri europei e extraeuropei.”

È stata inoltre presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, con 665 milioni dati dal consumo interno. Ci sono poi gli acquisti dei turisti stranieri che pesano per il 25-30% del mercato, per un valore che arriva a 200 milioni. A trainare le vendite sono soprattutto i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto all'e-commerce, che si ferma sotto il 15% delle vendite complessive.

Un settore solido quello del beachwear, che guarda già alle tendenze del 2027.

L'intervista a Nello Marelli, trend forecaster per Underbeach: “Sicuramente abbiamo bisogno di un ristoro, di un ritorno alla calma che ci dà la natura: per questo abbiamo scelto il tema rural piuttosto che questo desiderio di escapismo dal caos, la voglia di essere anche dei lusi, la capacità di sovrapporre gli elementi con dei lulu e infine questo desiderio di comunque stare a contatto con l'acqua ma in città, quindi la piscina, la spiaggia in città che è actual.”

https://askanews.it/wp-content/uploads/2026/07/20260701_video_16402873.jpg
701_video_16402873|vd01 vd00|https://askanews.it/wp-content/uploads/2026/07/20260701_video_16402873.jpg|01/07/2026 16:54:02|Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze|Video|Economia, Videoinfo]

PUBBLICAZIONE: corrieredipalermo.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: 0.00
REACH: 0
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 15.39
AUTORE:
URL: corrieredipalermo.it
> 1 luglio 2026 alle ore 15:57
> Versione Online

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze

Prima ricerca di settore: il mercato vale oltre 830 mln Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la […]

Prima ricerca di settore: il mercato vale oltre 830 mln

Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach.Le parole di Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach: "I brand che espongono da noi sono di fascia medio alta e ospitiamo 300-400 brand, molti provenienti anche dall'estero, con una percentuale di circa il 30% da diversi paesi stranieri. La stessa cosa vale per il nostro visitatorato che prevede la partecipazione di buyer principalmente italiani, ma anche provenienti da molti paesi esteri europei e extraeuropei."È stata inoltre presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, con 665 milioni dati dal consumo interno. Ci sono poi gli acquisti dei turisti stranieri che pesano per il 25-30% del mercato, per un valore che arriva a 200 milioni. A trainare le vendite sono soprattutto i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto all'e-commerce, che si ferma sotto il 15% delle vendite complessive.Un settore solido quello del beachwear, che guarda già alle tendenze del 2027.L'intervista a Nello Marelli, trend forecaster per Underbeach: "Sicuramente abbiamo bisogno di un ristoro, di un ritorno alla calma che ci dà la natura: per questo abbiamo scelto il tema rural piuttosto che questo desiderio di escapismo dal caos, la voglia di essere anche dei lusi, la capacità di sovrapporre gli elementi con dei lulu e infine questo desiderio di comunque stare a contatto con l'acqua ma in città, quindi la piscina, la spiaggia in città che è actual."

The post appeared first on Corriere di Palermo .

PUBBLICAZIONE: gazzettadigenova.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.38
REACH: 54
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 1657.58
AUTORE:
URL: gazzettadigenova.it
> 1 luglio 2026 alle ore 15:59
> Versione Online

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze

Prima ricerca di settore: il mercato vale oltre 830 mln Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la […]



Prima ricerca di settore: il mercato vale oltre 830 mln

Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach.Le parole di Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach: "I brand che espongono da noi sono di fascia medio alta e ospitiamo 300-400 brand, molti provenienti anche dall'estero, con una percentuale di circa il 30% da diversi paesi stranieri. La stessa cosa vale per il nostro visitatorato che prevede la partecipazione di buyer principalmente italiani, ma anche provenienti da molti paesi esteri europei e extraeuropei."È stata inoltre presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, con 665 milioni dati dal consumo interno. Ci sono poi gli acquisti dei turisti stranieri che pesano per il 25-30% del mercato, per un valore che arriva a 200 milioni. A trainare le vendite sono soprattutto i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto all'e-commerce, che si ferma sotto il 15% delle vendite complessive.Un settore solido quello del beachwear, che guarda già alle tendenze del 2027.L'intervista a Nello Marelli, trend forecaster per Underbeach: "Sicuramente abbiamo bisogno di un ristoro, di un ritorno alla calma che ci dà la natura: per questo abbiamo scelto il tema rural piuttosto che questo desiderio di escapismo dal caos, la voglia di essere anche dei lusi, la capacità di sovrapporre gli elementi con dei lulu e infine questo desiderio di comunque stare a contatto con l'acqua ma in città, quindi la piscina, la spiaggia in città che è actual."

The post appeared first on Gazzetta di Genova .

PUBBLICAZIONE: cronachediabruzzoemolise.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.01
REACH: 2
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 64.53
AUTORE:
URL: cronachediabruzzoemolise.it
> 1 luglio 2026 alle ore 15:59
> Versione Online

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze

Prima ricerca di settore: il mercato vale oltre 830 mln Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la […]



Prima ricerca di settore: il mercato vale oltre 830 mln

Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach.Le parole di Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach: "I brand che espongono da noi sono di fascia medio alta e ospitiamo 300-400 brand, molti provenienti anche dall'estero, con una percentuale di circa il 30% da diversi paesi stranieri. La stessa cosa vale per il nostro visitatorato che prevede la partecipazione di buyer principalmente italiani, ma anche provenienti da molti paesi esteri europei e extraeuropei."È stata inoltre presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, con 665 milioni dati dal consumo interno. Ci sono poi gli acquisti dei turisti stranieri che pesano per il 25-30% del mercato, per un valore che arriva a 200 milioni. A trainare le vendite sono soprattutto i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto all'e-commerce, che si ferma sotto il 15% delle vendite complessive.Un settore solido quello del beachwear, che guarda già alle tendenze del 2027.L'intervista a Nello Marelli, trend forecaster per Underbeach: "Sicuramente abbiamo bisogno di un ristoro, di un ritorno alla calma che ci dà la natura: per questo abbiamo scelto il tema rural piuttosto che questo desiderio di escapismo dal caos, la voglia di essere anche dei lusi, la capacità di sovrapporre gli elementi con dei lulu e infine questo desiderio di comunque stare a contatto con l'acqua ma in città, quindi la piscina, la spiaggia in città che è actual."

The post appeared first on Cronache Abruzzo e Molise .

PUBBLICAZIONE: corrieredellasardegna.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: 0.00
REACH: 0
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 11.94
AUTORE:
URL: corrieredellasardegna.it
> 1 luglio 2026 alle ore 16:02
> Versione Online

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze

Prima ricerca di settore: il mercato vale oltre 830 mln Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la […]



Prima ricerca di settore: il mercato vale oltre 830 mln

Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach.Le parole di Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach: "I brand che espongono da noi sono di fascia medio alta e ospitiamo 300-400 brand, molti provenienti anche dall'estero, con una percentuale di circa il 30% da diversi paesi stranieri. La stessa cosa vale per il nostro visitatorato che prevede la partecipazione di buyer principalmente italiani, ma anche provenienti da molti paesi esteri europei e extraeuropei."È stata inoltre presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, con 665 milioni dati dal consumo interno. Ci sono poi gli acquisti dei turisti stranieri che pesano per il 25-30% del mercato, per un valore che arriva a 200 milioni. A trainare le vendite sono soprattutto i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto all'e-commerce, che si ferma sotto il 15% delle vendite complessive.Un settore solido quello del beachwear, che guarda già alle tendenze del 2027.L'intervista a Nello Marelli, trend forecaster per Underbeach: "Sicuramente abbiamo bisogno di un ristoro, di un ritorno alla calma che ci dà la natura: per questo abbiamo scelto il tema rural piuttosto che questo desiderio di escapismo dal caos, la voglia di essere anche dei lusi, la capacità di sovrapporre gli elementi con dei lulu e infine questo desiderio di comunque stare a contatto con l'acqua ma in città, quindi la piscina, la spiaggia in città che è actual."

PUBBLICAZIONE: cronachedelmezzogiorno.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.09
REACH: 12
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 374.67
AUTORE:
URL: cronachedelmezzogiorno.it
> 1 luglio 2026 alle ore 16:03
> Versione Online

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze

Prima ricerca di settore: il mercato vale oltre 830 mln Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la […]



Prima ricerca di settore: il mercato vale oltre 830 mln

Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach.Le parole di Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach: "I brand che espongono da noi sono di fascia medio alta e ospitiamo 300-400 brand, molti provenienti anche dall'estero, con una percentuale di circa il 30% da diversi paesi stranieri. La stessa cosa vale per il nostro visitatorato che prevede la partecipazione di buyer principalmente italiani, ma anche provenienti da molti paesi esteri europei e extraeuropei."È stata inoltre presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, con 665 milioni dati dal consumo interno. Ci sono poi gli acquisti dei turisti stranieri che pesano per il 25-30% del mercato, per un valore che arriva a 200 milioni. A trainare le vendite sono soprattutto i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto all'e-commerce, che si ferma sotto il 15% delle vendite complessive.Un settore solido quello del beachwear, che guarda già alle tendenze del 2027.L'intervista a Nello Marelli, trend forecaster per Underbeach: "Sicuramente abbiamo bisogno di un ristoro, di un ritorno alla calma che ci dà la natura: per questo abbiamo scelto il tema rural piuttosto che questo desiderio di escapismo dal caos, la voglia di essere anche dei lusi, la capacità di sovrapporre gli elementi con dei lulu e infine questo desiderio di comunque stare a contatto con l'acqua ma in città, quindi la piscina, la spiaggia in città che è actual."

The post appeared first on Cronache del Mezzogiorno .

PUBBLICAZIONE: primopiano24.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.03
REACH: 5
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 175.06
AUTORE:
URL: primopiano24.it
> 1 luglio 2026 alle ore 16:04
> Versione Online

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze

Prima ricerca di settore: il mercato vale oltre 830 mln Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la […]



Prima ricerca di settore: il mercato vale oltre 830 mln

Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach.Le parole di Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach: "I brand che espongono da noi sono di fascia medio alta e ospitiamo 300-400 brand, molti provenienti anche dall'estero, con una percentuale di circa il 30% da diversi paesi stranieri. La stessa cosa vale per il nostro visitatorato che prevede la partecipazione di buyer principalmente italiani, ma anche provenienti da molti paesi esteri europei e extraeuropei."È stata inoltre presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, con 665 milioni dati dal consumo interno. Ci sono poi gli acquisti dei turisti stranieri che pesano per il 25-30% del mercato, per un valore che arriva a 200 milioni. A trainare le vendite sono soprattutto i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto all'e-commerce, che si ferma sotto il 15% delle vendite complessive.Un settore solido quello del beachwear, che guarda già alle tendenze del 2027.L'intervista a Nello Marelli, trend forecaster per Underbeach: "Sicuramente abbiamo bisogno di un ristoro, di un ritorno alla calma che ci dà la natura: per questo abbiamo scelto il tema rural piuttosto che questo desiderio di escapismo dal caos, la voglia di essere anche dei lusi, la capacità di sovrapporre gli elementi con dei lulu e infine questo desiderio di comunque stare a contatto con l'acqua ma in città, quindi la piscina, la spiaggia in città che è actual."

L'articolo proviene da Primopiano24 .

PUBBLICAZIONE: ilcorrieredibologna.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.04
REACH: 5
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 157.91
AUTORE:
URL: ilcorrieredibologna.it
> 1 luglio 2026 alle ore 16:04
> Versione Online

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze

Prima ricerca di settore: il mercato vale oltre 830 mln Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la […]



Prima ricerca di settore: il mercato vale oltre 830 mln

Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach.Le parole di Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach: "I brand che espongono da noi sono di fascia medio alta e ospitiamo 300-400 brand, molti provenienti anche dall'estero, con una percentuale di circa il 30% da diversi paesi stranieri. La stessa cosa vale per il nostro visitatorato che prevede la partecipazione di buyer principalmente italiani, ma anche provenienti da molti paesi esteri europei e extraeuropei."È stata inoltre presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, con 665 milioni dati dal consumo interno. Ci sono poi gli acquisti dei turisti stranieri che pesano per il 25-30% del mercato, per un valore che arriva a 200 milioni. A trainare le vendite sono soprattutto i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto all'e-commerce, che si ferma sotto il 15% delle vendite complessive.Un settore solido quello del beachwear, che guarda già alle tendenze del 2027.L'intervista a Nello Marelli, trend forecaster per Underbeach: "Sicuramente abbiamo bisogno di un ristoro, di un ritorno alla calma che ci dà la natura: per questo abbiamo scelto il tema rural piuttosto che questo desiderio di escapismo dal caos, la voglia di essere anche dei lusi, la capacità di sovrapporre gli elementi con dei lulu e infine questo desiderio di comunque stare a contatto con l'acqua ma in città, quindi la piscina, la spiaggia in città che è actual."

The post appeared first on Il Corriere di Bologna .

PUBBLICAZIONE: ilgiornaleditorino.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.06
REACH: 9
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 275.27
AUTORE:
URL: ilgiornaleditorino.it
> 1 luglio 2026 alle ore 16:04
> Versione Online

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze

Prima ricerca di settore: il mercato vale oltre 830 mln Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la […]



Prima ricerca di settore: il mercato vale oltre 830 mln

Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach.Le parole di Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach: "I brand che espongono da noi sono di fascia medio alta e ospitiamo 300-400 brand, molti provenienti anche dall'estero, con una percentuale di circa il 30% da diversi paesi stranieri. La stessa cosa vale per il nostro visitatorato che prevede la partecipazione di buyer principalmente italiani, ma anche provenienti da molti paesi esteri europei e extraeuropei."È stata inoltre presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, con 665 milioni dati dal consumo interno. Ci sono poi gli acquisti dei turisti stranieri che pesano per il 25-30% del mercato, per un valore che arriva a 200 milioni. A trainare le vendite sono soprattutto i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto all'e-commerce, che si ferma sotto il 15% delle vendite complessive.Un settore solido quello del beachwear, che guarda già alle tendenze del 2027.L'intervista a Nello Marelli, trend forecaster per Underbeach: "Sicuramente abbiamo bisogno di un ristoro, di un ritorno alla calma che ci dà la natura: per questo abbiamo scelto il tema rural piuttosto che questo desiderio di escapismo dal caos, la voglia di essere anche dei lusi, la capacità di sovrapporre gli elementi con dei lulu e infine questo desiderio di comunque stare a contatto con l'acqua ma in città, quindi la piscina, la spiaggia in città che è actual."

L'articolo proviene da Il Giornale di Torino .

PUBBLICAZIONE: ildenaro.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €22.76
REACH: 1869
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 56845.66
AUTORE: da ildenaro.it -
URL: www.ildenaro.it
> 1 luglio 2026 alle ore 16:08
> Versione Online

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze

Video Player is loading. Play Video Play

Mute

Current Time

Duration

Loaded

Stream Type LIVE

Seek to live, currently behind live

LIVE

Remaining Time

1x

Playback Rate

Chapters

Chapters

Descriptions

descriptions off

, selected

Subtitles

subtitles settings

, opens subtitles settings dialog

subtitles off

, selected

Audio Track

Picture-in-Picture

PUBBLICAZIONE: ildenaro.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €22.76
REACH: 1869
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 56845.66
AUTORE: da ildenaro.it -
URL: www.ildenaro.it
> 1 luglio 2026 alle ore 16:08
> Versione Online

Fullscreen This is a modal window. Beginning of dialog window. Escape will cancel and close the window.

Text

Color

White

Black

Red

Green

Blue

Yellow

Magenta

Cyan

Transparency

Opaque

Semi-Transparent

Background

Color

Black

White

Red

Green

Blue

Yellow

Magenta

Cyan

Transparency

Opaque

Semi-Transparent

Transparent

Window

Color

Black

White

Red

Green

Blue

Yellow

Magenta

Cyan

Transparency

Transparent

Semi-Transparent

Opaque

Font Size

Text Edge Style

None

Raised

Depressed

Uniform

Dropshadow

Font Family

PUBBLICAZIONE: ildenaro.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €22.76
REACH: 1869
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 56845.66
AUTORE: da ildenaro.it -
URL: www.ildenaro.it
> 1 luglio 2026 alle ore 16:08
> Versione Online

Proportional Sans-Serif

Monospace Sans-Serif

Proportional Serif

Monospace Serif

Casual

Script

Small Caps

Reset restore all settings to the default values

Done

Close Modal Dialog

End of dialog window.

Prima ricerca di settore: il mercato vale oltre 830 mln

Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach.Le parole di Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach: “I brand che espongono da noi sono di fascia medio alta e ospitiamo 300-400 brand, molti provenienti anche dall'estero, con una percentuale di circa il 30% da diversi paesi stranieri. La stessa cosa vale per il nostro visitatorato che prevede la partecipazione di buyer principalmente italiani, ma anche provenienti da molti paesi esteri europei e extraeuropei.”È stata inoltre presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, con 665 milioni dati dal consumo interno. Ci sono poi gli acquisti dei turisti stranieri che pesano per il 25-30% del mercato, per un valore che arriva a 200 milioni. A trainare le vendite sono soprattutto i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto all'e-commerce, che si ferma sotto il 15% delle vendite complessive.Un settore solido quello del beachwear, che guarda già alle tendenze del 2027.L'intervista a Nello Marelli, trend forecaster per Underbeach: “Sicuramente abbiamo bisogno di un ristoro, di un ritorno alla calma che ci dà la natura: per questo abbiamo scelto il tema rural piuttosto che questo desiderio di escapismo dal caos, la voglia di essere anche dei lusi, la capacità di sovrapporre gli elementi con dei lulu e infine questo desiderio di comunque stare a contatto con l'acqua ma in città, quindi la piscina, la spiaggia in città che è actual.”

PUBBLICAZIONE: magazine-italia.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.04
REACH: 6
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 212.13
AUTORE:
URL: magazine-italia.it
> 1 luglio 2026 alle ore 16:11
> Versione Online

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze



Prima ricerca di settore: il mercato vale oltre 830 mln

Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach.Le parole di Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach: “I brand che espongono da noi sono di fascia medio alta e ospitiamo 300-400 brand, molti provenienti anche dall'estero, con una percentuale di circa il 30% da diversi paesi stranieri. La stessa cosa vale per il nostro visitatorato che prevede la partecipazione di buyer principalmente italiani, ma anche provenienti da molti paesi esteri europei e extraeuropei.”È stata inoltre presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, con 665 milioni dati dal consumo interno. Ci sono poi gli acquisti dei turisti stranieri che pesano per il 25-30% del mercato, per un valore che arriva a 200 milioni. A trainare le vendite sono soprattutto i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto all'e-commerce, che si ferma sotto il 15% delle vendite complessive.Un settore solido quello del beachwear, che guarda già alle tendenze del 2027.L'intervista a Nello Marelli, trend forecaster per Underbeach: “Sicuramente abbiamo bisogno di un ristoro, di un ritorno alla calma che ci dà la natura: per questo abbiamo scelto il tema rural piuttosto che questo desiderio di escapismo dal caos, la voglia di essere anche dei lusi, la capacità di sovrapporre gli elementi con dei lulu e infine questo desiderio di comunque stare a contatto con l'acqua ma in città, quindi la piscina, la spiaggia in città che è actual.”

PUBBLICAZIONE: corrierediancona.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: 0.00
REACH: 0
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 0.00
AUTORE: Meta Time
URL: corrierediancona.it
> 1 luglio 2026 alle ore 16:29
> Versione Online

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze



Prima ricerca di settore: il mercato vale oltre 830 mln

Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach.Le parole di Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach: “I brand che espongono da noi sono di fascia medio alta e ospitiamo 300-400 brand, molti provenienti anche dall'estero, con una percentuale di circa il 30% da diversi paesi stranieri. La stessa cosa vale per il nostro visitatorato che prevede la partecipazione di buyer principalmente italiani, ma anche provenienti da molti paesi esteri europei e extraeuropei.”È stata inoltre presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, con 665 milioni dati dal consumo interno. Ci sono poi gli acquisti dei turisti stranieri che pesano per il 25-30% del mercato, per un valore che arriva a 200 milioni. A trainare le vendite sono soprattutto i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto all'e-commerce, che si ferma sotto il 15% delle vendite complessive.Un settore solido quello del beachwear, che guarda già alle tendenze del 2027.L'intervista a Nello Marelli, trend forecaster per Underbeach: “Sicuramente abbiamo bisogno di un ristoro, di un ritorno alla calma che ci dà la natura: per questo abbiamo scelto il tema rural piuttosto che questo desiderio di escapismo dal caos, la voglia di essere anche dei lusi, la capacità di sovrapporre gli elementi con dei lulu e infine questo desiderio di comunque stare a contatto con l'acqua ma in città, quindi la piscina, la spiaggia in città che è actual.”

ALTRI POST

QUOTIDIANO.NET

PUBBLICAZIONE: Quotidiano.net
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €4446.76
REACH: 306673
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 9322867.48
AUTORE:
URL: www.quotidiano.net

> 1 luglio 2026 alle ore 17:42

> Versione Online

Beachwear: il mercato italiano della moda mare vale oltre 830 milioni di euro



La prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo evidenzia l'andamento del comparto che si conferma stabile, trainato dal segmento femminile. Export in surplus per il secondo anno consecutivo VITTORIO BELLAGAMBA

Economia

Milano, 1 Luglio 2026 – Il comparto del beachwear fa registrare considerevoli performance di solidità. Con un valore complessivo superiore agli 830 milioni di euro , sostenuto prevalentemente dalla componente femminile e dalla crescita della fascia premium il settore della moda da mare mostra segni di vtalità importanti. È quanto emerge dalla ricerca “Consumi, export e import dell'abbigliamento mare in Italia 2025”, realizzata da Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI – Associazione Italiana Mare Intimo , che rappresenta in modo unitario produttori, aziende ed operatori della filiera intimo, lingerie e beachwear. Lo studio costituisce la prima analisi dedicata esclusivamente al mercato della moda mare in Italia, offrendo una fotografia dettagliata dei consumi, dei canali distributivi e delle dinamiche commerciali che caratterizzano il settore. Dall'indagine si nota che i consumi italiani legati al beachwear si attestano ad un valore complessivo di 665 milioni di euro, in crescita di circa 29 milioni rispetto al biennio 2023-2025 e in sostanziale tenuta rispetto al 2024 (+0,1%). Se a questi numeri si aggiungono i consumi dei turisti in Italia , stimati in circa il 166 milioni di euro, il valore complessivo supera gli 830 milioni. A fare la parte del leone è la componente femminile, che incide per l'80% degli acquisti. A livello di mercato europeo il beachwear si attesta intorno ai 23 miliardi di euro, con proiezioni di forte crescita che stimano il superamento dei 35 miliardi di euro entro il 2032 (Fonte: Zion Market Research). Anche in questo caso il dominio assoluto delle vendite riguarda il comparto donna, con oltre il 70% del totale. Il bikini rimane il modello più acquistato , seguito dal costume intero, sempre più usato e costruito come “body” da sfoggiare anche fuori dalla spiaggia.

QUOTIDIANO.NET

PUBBLICAZIONE: Quotidiano.net
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €4446.76
REACH: 306673
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 9322867.48
AUTORE:
URL: www.quotidiano.net

> 1 luglio 2026 alle ore 17:42

> Versione Online

A trainare le vendite sono i negozi fisici , che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto al resto del comparto moda. L'e-commerce , infatti, si ferma sotto il 15% delle vendite complessive, contro una media superiore al 20% nell'abbigliamento. Una differenza che riflette la preferenza dei consumatori per la prova del prodotto e per una consulenza personalizzata, elementi particolarmente importanti nella scelta di un costume da bagno, dove vestibilità e comfort giocano un ruolo decisivo. In questo contesto, a registrare la crescita più significativa sono i negozi multimarca , che nel segmento maschile intercettano il 51,7% degli acquisti e nel segmento femminile guadagnano quasi l'1%.

Particolarmente significativa la crescita della fascia premium. Tra il 2023 e il 2025 il segmento ha registrato un incremento dell'11,3% a valore, più del doppio rispetto alla crescita dell'intero mercato (+4,7%). A trainare questa dinamica sono soprattutto gli acquisti dei turisti , l'80% dei quali si attesta sulla fascia premium e che portano il valore ad oltre 200 milioni di euro. Accanto al beachwear cresce il peso del resortwear, ovvero l'abbigliamento di fascia alta dedicato alle vacanze e al tempo libero nelle località turistiche (kaftani di seta, abiti lunghi in lino, completi da barca, calzature di lusso ed accessori pensati per la vita fuori dalla spiaggia), che è in gran parte rappresentato dalle grandi griffe. Sebbene non esistano rilevazioni ufficiali dedicate a questo segmento, l'incrocio di dati sul retail moda , sul turismo di alta gamma e sui mercati internazionali consente di stimarne un valore compreso tra 700 e 900 milioni di euro. Si tratta di un comparto fortemente legato al turismo di lusso, che trova nelle destinazioni iconiche italiane – da Capri a Portofino, dalla Costa Smeralda a Positano – il proprio principale motore di sviluppo. Considerando insieme beachwear e resortwear, il valore complessivo dell'abbigliamento mare in Italia può essere stimato tra 1,4 e 1,7 miliardi di euro, mentre il segmento premium, che intercetta gran parte del mercato resortwear , raggiunge un valore compreso tra 800 e 900 milioni di euro. A fronte di esportazioni di 235 milioni di euro per il 2025, in leggero calo rispetto al 2024 (-1,4%), le stime aggregate danno il mercato beachwear globale , comprensivo del mondo resortwear, di circa 1 miliardo di euro in cui le collezioni “cruise”, “resort” o “capsule estive” dei grandi marchi della moda italiana hanno un peso di oltre 600 milioni di euro. Le importazioni da paesi extra EU si attestano invece a 127 milioni di euro (+2,5% rispetto al 2024), mentre quelle da paesi EU sono a 99 milioni (-13,9%). La Cina che si conferma il principale fornitore del mercato italiano con il 16,6% seguita da Croazia (9,7%) e Sri Lanka, al 9,5%. “I risultati della ricerca restituiscono l'immagine di un settore solido e in evoluzione, capace di intercettare nuove tendenze di consumo e di rafforzare la propria presenza sui mercati internazionali, pur in un contesto economico complesso e caratterizzato da una crescita moderata della domanda – afferma Carlotta Burroni , Direttrice Finanziaria di Underbeach. – Si tratta di un'indagine che abbiamo voluto fortemente, insieme a quella sul mercato dell'intimo che abbiamo presentato a febbraio, perché finora non esistevano ricerche specifiche su questi settori, ed è fondamentale, per chi opera in questi mercati, poter disporre di dati dedicati, puntuali e realmente rappresentativi del comparto”. “Tra CNA Federmoda e Underbeach stiamo condividendo un percorso di sostegno a comparti quale quello del beachwear e della lingerie che rappresentano un'eccellenza nel panorama del sistema moda italiano – aggiunge Antonio Franceschini , responsabile Nazionale CNA Federmoda. – Il mondo dell'Artigianato e delle PMI esprime delle realtà di primo piano in questo contesto. La prossima edizione di Maredamare ci vede particolarmente presenti come CNA Federmoda, attraverso uno spazio collettivo strutturato per supportare la partecipazione di realtà nostre associate e con la fase finale del Concorso Nazionale Professione Moda Giovani Stilisti che proprio alla Fortezza da Basso celebrerà i vincitori della 36esima edizione ed inoltre con Fashion from the World per offrire uno spaccato della creatività emergente da Nigeria e Mozambico”

PUBBLICAZIONE: notiziarioflegreo.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.05
REACH: 7
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 218.58
AUTORE: Noto Serif, Meta Time
URL: notiziarioflegreo.it
> 1 luglio 2026 alle ore 17:44
> Versione Online

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze



Prima ricerca di settore: il mercato vale oltre 830 mln

Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach.Le parole di Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach: “I brand che espongono da noi sono di fascia medio alta e ospitiamo 300-400 brand, molti provenienti anche dall'estero, con una percentuale di circa il 30% da diversi paesi stranieri. La stessa cosa vale per il nostro visitatorato che prevede la partecipazione di buyer principalmente italiani, ma anche provenienti da molti paesi esteri europei e extraeuropei.”È stata inoltre presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, con 665 milioni dati dal consumo interno. Ci sono poi gli acquisti dei turisti stranieri che pesano per il 25-30% del mercato, per un valore che arriva a 200 milioni. A trainare le vendite sono soprattutto i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto all'e-commerce, che si ferma sotto il 15% delle vendite complessive.Un settore solido quello del beachwear, che guarda già alle tendenze del 2027.L'intervista a Nello Marelli, trend forecaster per Underbeach: “Sicuramente abbiamo bisogno di un ristoro, di un ritorno alla calma che ci dà la natura: per questo abbiamo scelto il tema rural piuttosto che questo desiderio di escapismo dal caos, la voglia di essere anche dei lusi, la capacità di sovrapporre gli elementi con dei lulu e infine questo desiderio di comunque stare a contatto con l'acqua ma in città, quindi la piscina, la spiaggia in città che è actual.”

PUBBLICAZIONE: cronachedimilano.com
PAESE: ITA
CATEGORIA DEL SITO WEB:
TIPOLOGIA: Web
VISITE MENSILI: 0.00
AVE: 0.00
AUTORE: Meta Time
REACH: 0
URL: cronachedimilano.com
> 1 luglio 2026 alle ore 18:09
> Versione Online

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze



Prima ricerca di settore: il mercato vale oltre 830 mln

Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach.Le parole di Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach: “I brand che espongono da noi sono di fascia medio alta e ospitiamo 300-400 brand, molti provenienti anche dall'estero, con una percentuale di circa il 30% da diversi paesi stranieri. La stessa cosa vale per il nostro visitatorato che prevede la partecipazione di buyer principalmente italiani, ma anche provenienti da molti paesi esteri europei e extraeuropei.”È stata inoltre presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, con 665 milioni dati dal consumo interno. Ci sono poi gli acquisti dei turisti stranieri che pesano per il 25-30% del mercato, per un valore che arriva a 200 milioni. A trainare le vendite sono soprattutto i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto all'e-commerce, che si ferma sotto il 15% delle vendite complessive.Un settore solido quello del beachwear, che guarda già alle tendenze del 2027.L'intervista a Nello Marelli, trend forecaster per Underbeach: “Sicuramente abbiamo bisogno di un ristoro, di un ritorno alla calma che ci dà la natura: per questo abbiamo scelto il tema rural piuttosto che questo desiderio di escapismo dal caos, la voglia di essere anche dei lusi, la capacità di sovrapporre gli elementi con dei lulu e infine questo desiderio di comunque stare a contatto con l'acqua ma in città, quindi la piscina, la spiaggia in città che è actual.”

POST RECENTI

PUBBLICAZIONE: investimentinews.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.05
REACH: 7
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 217.81
AUTORE: Meta Time
URL: investimentinews.it
> 1 luglio 2026 alle ore 18:12
> Versione Online

Beachwear, un mercato solido tra boutique e nuove tendenze



Prima ricerca di settore: il mercato vale oltre 830 mln

Milano, 1 lug. (askanews). A Milano la moda mare corre sui binari del tram, in particolare quelli dell'iconico tram 1503. E' stato proprio a bordo di questo mezzo, che ha percorso il centro della città, che si è parlato della XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach.Le parole di Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach: “I brand che espongono da noi sono di fascia medio alta e ospitiamo 300-400 brand, molti provenienti anche dall'estero, con una percentuale di circa il 30% da diversi paesi stranieri. La stessa cosa vale per il nostro visitatorato che prevede la partecipazione di buyer principalmente italiani, ma anche provenienti da molti paesi esteri europei e extraeuropei.”È stata inoltre presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, con 665 milioni dati dal consumo interno. Ci sono poi gli acquisti dei turisti stranieri che pesano per il 25-30% del mercato, per un valore che arriva a 200 milioni. A trainare le vendite sono soprattutto i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto all'e-commerce, che si ferma sotto il 15% delle vendite complessive.Un settore solido quello del beachwear, che guarda già alle tendenze del 2027.L'intervista a Nello Marelli, trend forecaster per Underbeach: “Sicuramente abbiamo bisogno di un ristoro, di un ritorno alla calma che ci dà la natura: per questo abbiamo scelto il tema rural piuttosto che questo desiderio di escapismo dal caos, la voglia di essere anche dei lusi, la capacità di sovrapporre gli elementi con dei lulu e infine questo desiderio di comunque stare a contatto con l'acqua ma in città, quindi la piscina, la spiaggia in città che è actual.”

POST RECENTI

PUBBLICAZIONE: lineaintima.net
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €1.06
REACH: 76
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 2340.05
AUTORE:
URL: www.lineaintima.net
> 1 luglio 2026 alle ore 20:29
> Versione Online

Maredamare 2026 tutte le novità

Maredamare torna in Fortezza da Basso dal 18 al 20 luglio con una proposta di oltre 250 marchi internazionali...



Maredamare torna in Fortezza da Basso dal 18 al 20 luglio con una proposta di oltre 250 marchi internazionali, eventi e ricerche di mercato.

“Maredamare rappresenta un punto di riferimento per il beachwear a livello internazionale, confermandosi un appuntamento strategico per gli operatori del settore grazie alla presenza dei principali player di fascia alta – afferma Alessandro Legnaioli, presidente di Underbeach –. La manifestazione offre una visione completa e qualificata delle tendenze che segneranno l’estate 2027, contribuendo a rafforzarne il posizionamento sui mercati globali. Per tre giorni i partecipanti potranno scoprire ‘il lato cool dell’estate’, tema scelto per rappresentare questa edizione”.

Ad arricchire il programma, un calendario fitto di eventi tra sfilate, workshop e appuntamenti dedicati ai giovani talenti. Tra questi, la sfilata delle collezioni finaliste del Concorso Nazionale Professione Moda Giovani Stilisti di CNA Federmoda – il più longevo contest italiano per i creativi del settore – che quest’anno si svolgerà proprio a Firenze, la sera del 18 luglio, e come da tradizione avrà una sezione dedicata ad intimo e beachwear; dievsi worshop di spessore ed eventi, tra i quali il Vip Buyers Cocktail di INTIMAGroup riservato ai TopNegozi del circuito BSA nazionale ed internazionale.

In occasione della manifestazione la Direzione della fiera ed AIMI presenteranno la ricerca sul mercato italiano del Beachwear, produzione, consumi, segmenti e canali.

Tra gli endorsment di riferimento nella conferenza stampa del 30 giugno a Milano riportiamo

Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach

PUBBLICAZIONE: lineaintima.net
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €1.06
REACH: 76
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 2340.05
AUTORE:
URL: www.lineaintima.net
> 1 luglio 2026 alle ore 20:29
> Versione Online

I risultati della ricerca sul mercato italiano del Beachwear, che abbiamo voluto realizzare a vantaggio del comparto, restituiscono l'immagine di un settore solido e in evoluzione, capace di intercettare nuove tendenze di consumo e di rafforzare la propria presenza sui mercati internazionali, pur in un contesto economico complesso e caratterizzato da una crescita moderata della domanda. Si tratta di un'indagine che abbiamo voluto fortemente, insieme a quella sul mercato dell'intimo che abbiamo presentato a febbraio, perché finora non esistevano ricerche specifiche su questi settori, ed è fondamentale, per chi opera in questi mercati, poter disporre di dati dedicati, puntuali e realmente rappresentativi del comparto

Antonio Franceschini, responsabile Nazionale CNA Federmoda

Tra CNA Federmoda e Underbeach stiamo condividendo un percorso di sostegno a comparti quale quello del beachwear e della lingerie che rappresentano un'eccellenza nel panorama del sistema moda italiano. Il mondo dell'Artigianato e delle PMI esprime delle realtà di primo piano in questo contesto. La prossima edizione di Maredamare ci vede particolarmente presenti come CNA Federmoda, attraverso uno spazio collettivo strutturato per supportare la partecipazione di realtà nostre associate e con la fase finale del Concorso Nazionale Professione Moda Giovani Stilisti che proprio alla Fortezza da Basso celebrerà i vincitori della 36esima edizione ed inoltre con Fashion from the World per offrire uno spaccato della creatività emergente da Nigeria e Mozambico

Giulio Felloni, Presidente di Federazione Moda Italia-Confcommercio

Maredamare si consolida come punto di riferimento strategico per i negozi di beachwear alla ricerca delle eccellenze del mercato. Il salone sarà anche un'importante occasione di confronto costruttivo tra l'associazione dei produttori del beachwear AIMI e Federazione Moda Italia-Confcommercio, per tracciare linee guida comuni dove trasparenza della filiera e sostenibilità – sia etica che ambientale – diventano i pilastri per qualificare l'offerta commerciale e garantire al consumatore finale un acquisto consapevole e di valore

INTIMAGroup, la Direzione Internazionale

INTIMAGroup è Media-Partner del salone di Firenze per sviluppare tutte le sinergie rilevanti ed importanti per il successo dei commercianti ed i buyers e per quello dei brand che partecipano alla manifestazione. Un salone internazionale dello Swim-Beach-Resortwear nel paese all'origine della massima espressione creativa ed industriale del comparto, a monte con tessuti e materie ed a valle con la creatività ed unicità dei marchi italiani ed europei, è un elemento rilevante e fondante per la professione; da qui la naturale convergenza in Media-Parner per supportare il settore e le sue innovazioni, creazioni, novità…

PUBBLICAZIONE: paginetessili.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.42
REACH: 29
CATEGORIA DEL SITO WEB: Business and Consumer Services/Textiles
VISITE MENSILI: 905.73
AUTORE:
URL: paginetessili.it
> 2 luglio 2026 alle ore 18:01
> Versione Online

Beachwear, il mercato italiano vale oltre 830 milioni di euro

Beachwear, il mercato italiano vale oltre 830 milioni di euro

luglio 2 | Pubblicato da Luigi Sorreca | News

Il segmento premium cresce più del doppio della media e tengono le boutique multimarca. Presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il comparto si conferma stabile nel 2025, trainato dal segmento femminile. Export in surplus per il secondo anno consecutivo

Il mercato italiano del beachwear mostra segni di solidità, con un valore complessivo superiore agli 8 30 milioni di euro , sostenuto prevalentemente dalla componente femminile e dalla crescita della fascia premium. È quanto emerge dalla ricerca “ Consumi, export e import dell'abbigliamento mare in Italia 2025 ”, realizzata da Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI – Associazione Italiana Mare Intimo , che rappresenta in modo unitario produttori, aziende ed operatori della filiera intimo, lingerie e beachwear. Lo studio costituisce la prima analisi dedicata esclusivamente al mercato della moda mare in Italia, offrendo una fotografia dettagliata dei consumi, dei canali distributivi e delle dinamiche commerciali che caratterizzano il settore. Dall'indagine si nota che i consumi italiani legati al beachwear si attestano ad un valore complessivo di 665 milioni di euro , in crescita di circa 29 milioni rispetto al biennio 2023-2025 e in sostanziale tenuta rispetto al 2024 (+0,1%). Se a questi numeri si aggiungono i consumi dei turisti in Italia, stimati in circa il 166 milioni di euro, il valore complessivo supera gli 830 milioni . A fare la parte del leone è la componente femminile, che incide per l'80% degli acquisti. A livello di mercato europeo il beachwear si attesta intorno ai 23 miliardi di euro , con proiezioni di forte crescita che stimano il superamento dei 35 miliardi di euro entro il 2032 (Fonte: Zion Market Research). Anche in questo caso il dominio assoluto delle vendite riguarda il comparto donna, con oltre il 70% del totale. Il bikini rimane il modello più acquistato, seguito dal costume intero, sempre più usato e costruito come “body” da sfoggiare anche fuori dalla spiaggia.

LE DICHIARAZIONI DEI PROTAGONISTI

Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach

I risultati della ricerca restituiscono l'immagine di un settore solido e in evoluzione, capace di intercettare nuove tendenze di consumo e di rafforzare la propria presenza sui mercati internazionali, pur in un contesto economico complesso e caratterizzato da una crescita moderata della domanda. Si tratta di un'indagine che abbiamo voluto fortemente, insieme a quella sul mercato dell'intimo che abbiamo presentato a febbraio, perché finora non esistevano ricerche specifiche su questi settori, ed è fondamentale, per chi opera in questi mercati, poter disporre di dati dedicati, puntuali e realmente rappresentativi del comparto

Antonio Franceschini, responsabile Nazionale CNA Federmoda

Tra CNA Federmoda e Underbeach stiamo condividendo un percorso di sostegno a comparti quale quello del beachwear e della lingerie che rappresentano un'eccellenza nel panorama del sistema

PUBBLICAZIONE: paginetessili.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.42
REACH: 29
CATEGORIA DEL SITO WEB: Business and Consumer Services/Textiles
VISITE MENSILI: 905.73
AUTORE:
URL: paginetessili.it
> 2 luglio 2026 alle ore 18:01
> Versione Online

moda italiano. Il mondo dell'Artigianato e delle PMI esprime delle realtà di primo piano in questo contesto. La prossima edizione di Maredamare ci vede particolarmente presenti come CNA Federmoda, attraverso uno spazio collettivo strutturato per supportare la partecipazione di realtà nostre associate e con la fase finale del Concorso Nazionale Professione Moda Giovani Stilisti che proprio alla Fortezza da Basso celebrerà i vincitori della 36esima edizione ed inoltre con Fashion from the World per offrire uno spaccato della creatività emergente da Nigeria e Mozambico

Giulio Felloni, Presidente di Federazione Moda Italia-Confcommercio

Maredamare si consolida come punto di riferimento strategico per i negozi di beachwear alla ricerca delle eccellenze del mercato. Il salone sarà anche un'importante occasione di confronto costruttivo tra l'associazione dei produttori del beachwear AIMI e Federazione Moda Italia-Confcommercio, per tracciare linee guida comuni dove trasparenza della filiera e sostenibilità – sia etica che ambientale – diventano i pilastri per qualificare l'offerta commerciale e garantire al consumatore finale un acquisto consapevole e di valore

Get Shareaholic for Google Chrome

Ti è piaciuto questo articolo? Condividilo!

PUBBLICAZIONE: paginetessili.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.40
REACH: 29
CATEGORIA DEL SITO WEB: Business and Consumer Services/Textiles
VISITE MENSILI: 905.73
AUTORE: Luigi Sorreca
URL: paginetessili.it
> 2 luglio 2026 alle ore 18:08
> Versione Online

Beachwear, il mercato italiano vale oltre 830 milioni di euro

Il segmento premium cresce più del doppio della media e tengono le boutique multimarca

Presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo. Il comparto si conferma stabile nel 2025, trainato dal segmento femminile. Export in surplus per il secondo anno consecutivo

Il mercato italiano del beachwear mostra segni di solidità, con un valore complessivo superiore agli 8 30 milioni di euro , sostenuto prevalentemente dalla componente femminile e dalla crescita della fascia premium. È quanto emerge dalla ricerca “ Consumi, export e import dell’abbigliamento mare in Italia 2025 ”, realizzata da Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI – Associazione Italiana Mare Intimo , che rappresenta in modo unitario produttori, aziende ed operatori della filiera intimo, lingerie e beachwear. Lo studio costituisce la prima analisi dedicata esclusivamente al mercato della moda mare in Italia, offrendo una fotografia dettagliata dei consumi, dei canali distributivi e delle dinamiche commerciali che caratterizzano il settore.

Dall’indagine si nota che i consumi italiani legati al beachwear si attestano ad un valore complessivo di 665 milioni di euro , in crescita di circa 29 milioni rispetto al biennio 2023-2025 e in sostanziale tenuta rispetto al 2024 (+0,1%). Se a questi numeri si aggiungono i consumi dei turisti in Italia, stimati in circa il 166 milioni di euro, il valore complessivo supera gli 830 milioni . A fare la parte del leone è la componente femminile, che incide per l’80% degli acquisti. A livello di mercato europeo il beachwear si attesta intorno ai 23 miliardi di euro , con proiezioni di forte crescita che stimano il superamento dei 35 miliardi di euro entro il 2032 (Fonte: Zion Market Research). Anche in questo caso il dominio assoluto delle vendite riguarda il comparto donna, con oltre il 70% del totale. Il bikini rimane il modello più acquistato, seguito dal costume intero, sempre più usato e costruito come “body” da sfoggiare anche fuori dalla spiaggia.

LE DICHIARAZIONI DEI PROTAGONISTI

Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach

I risultati della ricerca restituiscono l’immagine di un settore solido e in evoluzione, capace di intercettare nuove tendenze di consumo e di rafforzare la propria presenza sui mercati internazionali, pur in un contesto economico complesso e caratterizzato da una crescita moderata della domanda. Si tratta di un’indagine che abbiamo voluto fortemente, insieme a quella sul mercato dell’intimo che abbiamo presentato a febbraio, perché finora non esistevano ricerche specifiche su questi settori, ed è fondamentale, per chi opera in questi mercati, poter disporre di dati dedicati, puntuali e realmente rappresentativi del comparto

Antonio Franceschini, responsabile Nazionale CNA Federmoda

Tra CNA Federmoda e Underbeach stiamo condividendo un percorso di sostegno a comparti quale quello del beachwear e della lingerie che rappresentano un’eccellenza nel panorama del sistema moda italiano. Il mondo dell’Artigianato e delle PMI esprime delle realtà di primo piano in questo

PUBBLICAZIONE: paginetessili.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.40
REACH: 29
CATEGORIA DEL SITO WEB: Business and Consumer Services/Textiles
VISITE MENSILI: 905.73
AUTORE: Luigi Sorreca
URL: paginetessili.it
> 2 luglio 2026 alle ore 18:08
> Versione Online

contesto. La prossima edizione di Maredamare ci vede particolarmente presenti come CNA Federmoda, attraverso uno spazio collettivo strutturato per supportare la partecipazione di realtà nostre associate e con la fase finale del Concorso Nazionale Professione Moda Giovani Stilisti che proprio alla Fortezza da Basso celebrerà i vincitori della 36esima edizione ed inoltre con Fashion from the World per offrire uno spaccato della creatività emergente da Nigeria e Mozambico

Giulio Felloni, Presidente di Federazione Moda Italia-Confcommercio

Maredamare si consolida come punto di riferimento strategico per i negozi di beachwear alla ricerca delle eccellenze del mercato. Il salone sarà anche un'importante occasione di confronto costruttivo tra l'associazione dei produttori del beachwear AIMI e Federazione Moda Italia-Confcommercio, per tracciare linee guida comuni dove trasparenza della filiera e sostenibilità – sia etica che ambientale – diventano i pilastri per qualificare l'offerta commerciale e garantire al consumatore finale un acquisto consapevole e di valore

PUBBLICAZIONE: modeemodi.wordpress.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: 0.00
REACH: 0
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI:
AUTORE: Unknown
URL: modeemodi.wordpress.com
> 3 luglio 2026 alle ore 12:52
> Versione Online

MAREDAMARE, LA FIERA INTERNAZIONALE DEL BEACHWEAR TORNA A FIRENZE DAL 18 AL 20 LUGLIO

Alla Fortezza da Basso la XIX edizione dell'appuntamento che rappresenta la vetrina di riferimento per le collezioni dell'estate 2027. A esi oltre 250 brand da tu o il mondo, ed una crescita delle …



Alla Fortezza da Basso la XIX edizione dell'appuntamento che rappresenta la vetrina di riferimento per le collezioni dell'estate 2027. A esi oltre 250 brand da tu o il mondo, ed una crescita delle sezioni resortwear ed accessori

La voglia di mare, sole e sopra u o di nuove collezioni es ve spinge sempre più forte il se ore: a poco più di tre mesi dal via è già quasi tu o esaurito per la XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata dalla società Underbeach, che quest'anno tornerà alla Fortezza da Basso di Firenze dal 18 al 20 luglio, celebrando la più ampia panoramica del se ore. Oltre 250 i brand a esi da tu o il mondo, pron a presentare le collezioni che an ciperanno s li, linguaggi e tendenze della stagione spring/summer

PUBBLICAZIONE: modeemodi.wordpress.com
PAESE: ITA
CATEGORIA DEL SITO WEB:
TIPOLOGIA: Web
VISITE MENSILI:
AVE: 0.00
AUTORE: Unknown
REACH: 0
URL: modeemodi.wordpress.com
> 3 luglio 2026 alle ore 12:52
> Versione Online

2027. Nel corso dei tre giorni buyer ed operatori di se ore potranno esplorare una panoramica completa dell'evoluzione del comparto. Accanto alle linee mare cresce la presenza del resortwear e degli accessori, in un racconto sempre più orientato al total look es vo e alla contaminazione tra mondi crea vi. Sul fronte business, si rafforza ulteriormente la collaborazione con Agenzia Ice, che contribuirà ad ampliare la presenza di buyer seleziona provenien da Europa, Americhe, Medio Oriente, ed Africa. Un'azione strategica che consolida il ruolo della fiera come pia aforma chiave per lo sviluppo commerciale e l'internazionalizzazione delle aziende italiane. "Maredamare rappresenta un punto di riferimento per il beachwear a livello internazionale, confermandosi un appuntamento strategico per gli operatori del se ore grazie alla presenza dei principali player di fascia alta – afferma Alessandro Legnaioli, presidente di Underbeach –. La manifestazione offre una visione completa e qualificata delle tendenze che segneranno l'estate 2027, contribuendo a rafforzarne il posizionamento sui merca globali. Per tre giorni, la Fortezza da Basso di Firenze diventerà uno spazio di incontro e confronto capace di valorizzare crea vità, innovazione e qualità, dove i partecipan potranno scoprire 'il lato cool dell'estate', tema scelto per rappresentare questa edizione". Ad arricchire il programma, un calendario fi o di even tra sfilate, workshop e appuntamen dedica ai giovani talen . Tra ques , la sfilata delle collezioni finaliste del Concorso Nazionale Professione Moda Giovani S lis di CNA Federmoda – il più longevo contest italiano per i creativi del se ore – che quest'anno si svolgerà proprio a Firenze, la sera del 18 luglio, e come da tradizione avrà una sezione dedicata ad inmo e beachwear. "Grazie alla rafforzata collaborazione con Underbeach e ad una serie di proge ualità condivise, quest'anno la fase finale del Concorso Nazionale Professione Moda Giovani S lis , giunto alla 36esima edizione, si terrà a Firenze nel periodo di Maredamare – dichiara Antonio Franceschini, Responsabile Nazionale CNA Federmoda – Anche per questa edizione abbiamo deciso di portare i finalis del nostro storico concorso sul territorio per poter trasme ere loro maggiore consapevolezza di ciò che rappresentano i distre . Firenze e dintorni offrono ampie possibilità: dalla pelle eria al tessile, dalla concia all'abbigliamento, inoltre la possibilità di a vare relazioni tra giovani aspiran ad entrare nel mondo della moda e imprese viene rafforzata dalla presenza degli espositori alla fiera leader per il beachwear".

Maredamare anticipa le collezioni che faranno tendenza l'estate 2027

Dal ritorno ad uno stile agreste, a linee più glamour, fino ai riflessi metallici: la fiera internazionale del beachwear e del resortwear mostrerà in un'area dedicata gli scenari della prossima stagione, frutto dello studio curato dal trend forecaster Nello Marelli e dal gruppo di lavoro "Nel Colore" per Underbeach

Un'estate che guarda alla natura ma non rinuncia alla fantasia, che alterna il desiderio di autenticità alla voglia di evasione, tra atmosfere rurali, colori delicati, feste al tramonto e riflessi scintillanti. È questa la direzione che prenderanno le collezioni mare che sfoggeremo la prossima estate (2027) e che sarà possibile vedere in anteprima durante la XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata da Underbeach, che quest'anno tornerà alla Fortezza da Basso di Firenze dal 18 al 20 luglio 2026, celebrando la più ampia panoramica del settore. Oltre 250 i brand attesi da tutto il mondo, pronti ad anticipare al pubblico, in un'area dedicata, quello che sfoggeremo tra un anno sotto l'ombrellone.

Frutto dello studio condotto dal trend forecaster Nello Marelli e dal gruppo di lavoro "Nel Colore" per Underbeach il beachwear dell'estate 2027 si sviluppa in quattro macro-tendenze, raccolte sotto il concept "Kaleido", che descrivono un'estate caleidoscopica, fatta di contrasti e contaminazioni, dove

PUBBLICAZIONE: modeemodi.wordpress.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: 0.00
REACH: 0
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI:
AUTORE: Unknown
URL: modeemodi.wordpress.com
> 3 luglio 2026 alle ore 12:52
> Versione Online

la moda mare diventa espressione di stili di vita, desideri e nuove sensibilità. Rural, Delulu, Actual e Sparty: questi i principali filoni individuati, ciascuno con una propria identità estetica e cromatica.

Le tendenze in dettaglio

La prima tendenza, Rural, rappresenta un ritorno al naturale vissuto come rifugio. In un contesto sempre più digitale, cresce il desiderio di contatto con la natura e di materiali autentici. Tornano così protagonisti il cotone, le fibre naturali, le lavorazioni artigianali e le texture che valorizzano la tattilità del prodotto. La palette richiama i colori della terra, verdi vegetali, il lino e i colori spontanei del paesaggio, dando vita a collezioni poetiche, rassicuranti e memorie di spirito campestre.

Più eterea e sognante è invece Delulu, una tendenza che interpreta il bisogno di leggerezza attraverso una tavolozza dominata da toni pastello, nuance cipriate e accostamenti delicati. Rosa luminosi, gialli morbidi, azzurri sfumati e acquatici diventano gli ingredienti di una estetica fatta di sovrapposizioni e trasformano il beachwear in una nuova eleganza disinvolta.

Con Actual l'estate si sposta tra piscine urbane, beach club e gite in barca. È una tendenza dinamica, che celebra la socialità e il tempo libero attraverso i colori vividi delle bandiere. Rigature, moduli ripetuti, motivi da piscina, tessuti adaptive, spugne, jacquard e decorazioni geometriche interpretano un'estetica contemporanea, energica e ottimista, pensata per vivere il mare e la città senza soluzione di continuità.

Chiude il quadro Sparty, fusione ideale tra "spa" e "party", che racconta il lato più glamour dell'estate. La vacanza diventa un'esperienza immersiva, fatta di benessere, divertimento e momenti da condividere. Protagonisti sono i tessuti scintillanti, accenti metallici, effetti iridescenti, le finiture preziose, le tonalità oro e argento e tutti quei dettagli che richiamano l'atmosfera delle feste estive, dagli aperitivi in spiaggia agli eventi esclusivi a bordo piscina.

"Ogni anno Maredamare offre agli operatori del settore un'analisi approfondita delle evoluzioni del beachwear, trasformando la ricerca sulle tendenze in uno strumento di orientamento per buyer, retailer e professionisti – spiega Raffaella Petrossi, Direttrice Generale di Underbeach. – Grazie al lavoro di trend forecasting curato da 'Nel Colore'per Underbeach e alla collaborazione dei brand espositori, il salone presenterà un'area espositiva capace di restituire una visione chiara delle direzioni stilistiche che caratterizzeranno l'estate 2027. Il valore di questo lavoro è confermato dal fatto che alcune aziende, dopo aver visionato in anteprima le tendenze, hanno scelto di sviluppare collezioni dedicate o di arricchire le proprie linee con elementi ispirati agli scenari individuati dal team di ricerca. L'area trend in fiera rappresenta così il punto di arrivo di un percorso condiviso che, nei mesi precedenti, ha già trovato una traduzione concreta nelle collezioni. Le quattro tendenze individuate raccontano un mercato sempre più dinamico, nel quale il beachwear supera la sua funzione tradizionale per diventare espressione di identità, emozioni e stili di vita. Comprendere questi scenari significa cogliere in anticipo le esigenze dei consumatori e le opportunità che guideranno lo sviluppo delle future collezioni".

La moda baño europea factura 23.000 millones de euros

El mercado de la moda baño europea factura 23.000 millones de euros y alcanzará los 35.000 millones en 2032, según Zion Market Research. El bechwear italiano alcanzó un valor de 665 millones de euros el pasado año gracias al segmento femenino y al premium, que crece más de la media. Además, el canal multimarca se mantiene.

La moda baño europea factura 23.000 millones de euros, mientras que solo Italia alcanzó los 665 millones de euros, en 2025. Las ventas de baño femenino superan el 70%del total en Europa y el bikini se consolida como el modelo más vendido.

El baño en Italia

El mercado italiano se mantiene estable por segundo año consecutivo, según el estudio de mercado realizado por Underbeach y AIMI (Asociación Italiana de Baño e Intimo). El informe representa de manera unida a los productores, empresas y operadores del sector de íntimo, lencería y baño. Solo la moda baño representó 665 millones de euros, con un claro crecimiento con respecto al periodo 2023-2025. Además, se mantiene estable con respecto a 2024 (+0,1%). A esta cifra se añade el consumo de los turistas en Italia, que se estima en 166 millones de euros, por lo que el valor total supera los 830 millones de euros.

Venta en boutique

El canal multimarca lidera las ventas de moda baño, frente al online que se sitúa por debajo del 15% del total ventas, frente al 20% de la ropa. Esta diferencia refleja la preferencia de los consumidores a la hora de probarse el producto, así como por el consejo especializado de los detallistas. Los comercios multimarca siguen creciendo un 1%. En el segmento masculino alcanzan el 51,7% de las ventas.

Crece el premium

Especialmente significativo es el crecimiento del segmento premium. Entre 2023 y 2025 experimentó un incremento del 11,3% en valor. El mercado total creció un 4,7%. Este aumento se debe especialmente a las compras de los turistas, que eligen este tipo de productos en un 80% de los casos. El valor del segmento premium se estima en los 200 millones de euros.

El Resortwear crece

Las estimaciones apuntan a un crecimiento del resortwear que incluye también la ropa de nivel alto dedicada a las vacaciones y al tiempo libre en lugares turísticos. Si bien no se tienen datos oficiales sobre este segmento, el cruce de datos del retail de moda, del turismo de alta gama y de los mercados internacionales refleja una estimación de entre 700 y 900 millones de euros.

Exportaciones

Las exportaciones en 2025 alcanzaron los 235 millones de euros; un -1,4% con respecto a 2024. Las estimaciones otorgan al mercado global de moda baño un valor que roza los mil millones de euros. En esta cifra cuentan con una importante representación las grandes marcas de moda italiana de colecciones crucero, resort y cápsulas.

Las importaciones de mercados fuera de la UE sumaron 217 millones de euros (+2% frente a 2024). Las de los países de la UE cayeron un -13,9%, alcanzando los 99 millones de euros. China se consolida como el principal proveedor del mercado italiano, con un 16,6%. Le siguen, Croacia (9,7%) y Sri Lanka (9,5%). https://maredamare.underbeach.eu/

PUBBLICAZIONE: lineaintima.net
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €1.10
REACH: 76
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 2340.05
AUTORE:
URL: www.lineaintima.net
> 6 luglio 2026 alle ore 23:36
> Versione Online

Maredamare ed AIMI comunicano i dati sul settore mare

Swim e Beachwear, il mercato italiano vale oltre 830 milioni di euro. Il segmento premium cresce più del...



Swim e Beachwear, il mercato italiano vale oltre 830 milioni di euro. Il segmento premium cresce più del doppio della media e tengono le boutique multimarca…

Milano, il 1° luglio 2026, la conferenza stampa di Maredamare, su uno dei tram storici della città, ha riunito giornalisti ed operatori per presentare il salone di luglio ed in particolare la ricerca sul comparto moda mare commissionata da Underbeach e AIMI.

La ricerca realizzata da Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo presenta una fotografia del comparto che si conferma stabile nel 2025, trainato dal segmento femminile con export in surplus per il secondo anno consecutivo.

Dalla ricerca si evince che il mercato italiano del beachwear mostra segni di solidità, con un valore complessivo superiore agli 830 milioni di euro, sostenuto prevalentemente dalla componente femminile e dalla crescita della fascia premium. Questo emerge dalla ricerca “Consumi, export e import dell’abbigliamento mare in Italia 2025”, realizzata da Sita Ricerca per Underbeach ed AIMI – Associazione Italiana Mare Intimo, che rappresenta in modo unitario produttori, aziende ed operatori della filiera intimo, lingerie e beachwear. Lo studio costituisce la prima analisi dedicata esclusivamente al mercato della moda mare in Italia, offrendo una fotografia dettagliata dei consumi, dei canali distributivi e delle dinamiche commerciali che caratterizzano il settore.

Dall’indagine si nota che i consumi italiani legati al beachwear si attestano ad un valore complessivo di 665 milioni di euro, in crescita di circa 29 milioni rispetto al biennio 2023-2025 e in sostanziale tenuta rispetto al 2024 (+0,1%).

PUBBLICAZIONE: lineaintima.net
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €1.10
REACH: 76
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 2340.05
AUTORE:
URL: www.lineaintima.net
> 6 luglio 2026 alle ore 23:36
> Versione Online

Se a questi numeri si aggiungono i consumi dei turisti in Italia, stimati in circa il 166 milioni di euro, il valore complessivo supera gli 830 milioni.

A fare la parte del leone è la componente femminile, che incide per l'80% degli acquisti.

A livello di mercato europeo il beachwear si attesta intorno ai 23 miliardi di euro, con proiezioni di forte crescita che stimano il superamento dei 35 miliardi di euro entro il 2032 (Fonte: Zion Market Research). Anche in questo caso il dominio assoluto delle vendite riguarda il comparto donna, con oltre il 70% del totale. Il bikini rimane il modello più acquistato, seguito dal costume intero, sempre più usato e costruito come "body" da sfoggiare anche fuori dalla spiaggia.

I canali di vendita: più acquisti nelle boutique e meno nell'online

A trainare le vendite sono i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto al resto del comparto moda. L'e-commerce, infatti, si ferma sotto il 15% delle vendite complessive, contro una media superiore al 20% nell'abbigliamento. Una differenza che riflette la preferenza dei consumatori per la prova del prodotto e per una consulenza personalizzata, elementi particolarmente importanti nella scelta di un costume da bagno, dove vestibilità e comfort giocano un ruolo decisivo. In questo contesto, a registrare la crescita più significativa sono i negozi multimarca, che nel segmento maschile intercettano il 51,7% degli acquisti e nel segmento femminile guadagnano quasi l'1%.

La crescita della fascia premium

Particolarmente significativa la crescita della fascia premium. Tra il 2023 e il 2025 il segmento ha registrato un incremento dell'11,3% a valore, più del doppio rispetto alla crescita dell'intero mercato (+4,7%). A trainare questa dinamica sono soprattutto gli acquisti dei turisti, l'80% dei quali si attesta sulla fascia premium e che portano il valore ad oltre 200 milioni di euro.

Le stime del resortwear

Accanto al beachwear cresce il peso del resortwear, ovvero l'abbigliamento di fascia alta dedicato alle vacanze e al tempo libero nelle località turistiche (kaftani di seta, abiti lunghi in lino, completi da barca, calzature di lusso ed accessori pensati per la vita fuori dalla spiaggia), che è in gran parte rappresentato dalle grandi griffe. Sebbene non esistano rilevazioni ufficiali dedicate a questo segmento, l'incrocio di dati sul retail moda, sul turismo di alta gamma e sui mercati internazionali consente di stimarne un valore compreso tra 700 e 900 milioni di euro.

Si tratta di un comparto fortemente legato al turismo di lusso, che trova nelle destinazioni iconiche italiane – da Capri a Portofino, dalla Costa Smeralda a Positano – il proprio principale motore di sviluppo. Considerando insieme beachwear e resortwear, il valore complessivo dell'abbigliamento mare in Italia può essere stimato tra 1,4 e 1,7 miliardi di euro, mentre il segmento premium, che intercetta gran parte del mercato resortwear, raggiunge un valore compreso tra 800 e 900 milioni di euro.

Import ed Export

PUBBLICAZIONE: lineaintima.net
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €1.10
REACH: 76
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 2340.05
AUTORE:
URL: www.lineaintima.net
> 6 luglio 2026 alle ore 23:36
> Versione Online

A fronte di esportazioni di 235 milioni di euro per il 2025, in leggero calo rispetto al 2024 (-1,4%), le stime aggregate danno il mercato beachwear globale, comprensivo del mondo resortwear, di circa 1 miliardo di euro in cui le collezioni “cruise”, “resort” o “capsule estive” dei grandi marchi della moda italiana hanno un peso di oltre 600 milioni di euro. Le importazioni da paesi extra EU si attestano invece a 127 milioni di euro (+2,5% rispetto al 2024), mentre quelle da paesi EU sono a 99 milioni (-13,9%). La Cina che si conferma il principale fornitore del mercato italiano con il 16,6% seguita da Croazia (9,7%) e Sri Lanka, al 9,5%.

Dati ulteriori ed elementi addizionali saranno forniti dall’ufficio stampa di fiera durante i giorni del salone.

PUBBLICAZIONE: nonsolomodanews.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €1.56
REACH: 174
CATEGORIA DEL SITO WEB: Hobbies and Leisure/Photography
VISITE MENSILI: 5297.37
AUTORE: Bruno Angelo Porcellana
URL: www.nonsolomodanews.it
> 7 luglio 2026 alle ore 17:08
> Versione Online

Maredamare 2026: Firenze capitale internazionale del beachwear - Nonsolomodanews.it

Dal 18 al 20 luglio 2026 la Fortezza da Basso di Firenze ospiterà la diciannovesima edizione di Maredamare, la principale fiera internazionale italiana dedicata al beachwear, al resortwear e all'underwear. L'evento si conferma un appuntamento strategico per brand, buyer, distributori e professionisti del settore, consolidando il proprio ruolo di riferimento nel panorama europeo della…



Dal 18 al 20 luglio 2026 la Fortezza da Basso di Firenze ospiterà la diciannovesima edizione di Maredamare, la principale fiera internazionale italiana dedicata al beachwear, al resortwear e all'underwear. L'evento si conferma un appuntamento strategico per brand, buyer, distributori e professionisti del settore, consolidando il proprio ruolo di riferimento nel panorama europeo della moda mare.

Maredamare 2026 rappresenta la vetrina d'eccellenza per l'anteprima delle collezioni Primavera/Estate 2027, offrendo una panoramica completa sulle nuove tendenze del mercato. In fiera saranno presenti oltre 200 marchi e più di 250 collezioni, spaziando dai grandi nomi internazionali ai brand di ricerca e alle realtà emergenti più innovative.

Negli ultimi anni la manifestazione ha rafforzato la propria dimensione internazionale grazie a una crescente presenza di espositori e buyer provenienti dai principali mercati mondiali. Con una superficie espositiva di circa 11.000 metri quadrati, Maredamare offre un ambiente esclusivamente B2B dove business, networking e creatività si incontrano per favorire nuove opportunità commerciali e relazioni professionali di valore.

L'offerta espositiva comprende costumi da bagno, abbigliamento mare, kaftani, accessori, homewear e lingerie, presentando una proposta completa per i professionisti del retail specializzato. Il programma della manifestazione sarà arricchito da sfilate, eventi speciali, incontri di approfondimento e iniziative dedicate alle evoluzioni del mercato e alla sostenibilità.

PUBBLICAZIONE: nonsolomodanews.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €1.56
REACH: 174
CATEGORIA DEL SITO WEB: Hobbies and Leisure/Photography
VISITE MENSILI: 5297.37
AUTORE: Bruno Angelo Porcellana
URL: www.nonsolomodanews.it
> 7 luglio 2026 alle ore 17:08
> Versione Online

Oltre alla componente commerciale, Maredamare continua a distinguersi per l'attenzione verso l'innovazione e la sostenibilità. L'organizzazione, curata da Underbeach, promuove infatti un modello fieristico responsabile, certificato secondo lo standard ISO 20121 per la gestione sostenibile degli eventi.

Con il fascino unico di Firenze come cornice, Maredamare 2026 si prepara dunque ad accogliere l'intera filiera del beachwear internazionale, confermandosi un osservatorio privilegiato sulle tendenze future e un punto di incontro imprescindibile per chi opera nel settore della moda mare.

Immagine in evidenza realizzata con l'IA

Tutti i diritti riservati © 2026 – Email: nonsolomodanews@gmail.com

Giornalista e fotografo che unisce rigore, sensibilità e attenzione civica. La sua scrittura è chiara, documentata e orientata alla correttezza istituzionale, con un forte interesse per temi pubblici, amministrativi e sociali. come fotografo di moda, si distingue per uno stile raffinato e contemporaneo che unisce la cura per la composizione all'attenzione per la personalità del soggetto. Le sue immagini valorizzano sia i dettagli sartoriali sia l'espressività dei modelli, creando atmosfere dove l'estetica e il racconto visivo si fondono armoniosamente. Porcellana riesce a trasformare ogni scatto in una narrazione unica, sottolineando le tendenze della moda attraverso giochi di luce, colori e prospettive originali, con una sensibilità che riflette la sua esperienza anche in ambito documentaristico.

PUBBLICAZIONE: fashionunited.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €15.91
REACH: 1097
CATEGORIA DEL SITO WEB: Lifestyle/Fashion and Apparel
VISITE MENSILI: 33358.40
AUTORE: Isabella Naef
URL: fashionunited.it
> 10 luglio 2026 alle ore 8:50
> Versione Online

Maredamare è in scena a Firenze dal 18 al 20 luglio

Andrà in scena alla Fortezza da Basso di Firenze, dal 18 al 20 luglio, la XIX edizione di Maredamare, vetrina per le collezioni dell'estate 2027. Attesi...



Andrà in scena alla Fortezza da Basso di Firenze, dal 18 al 20 luglio, la XIX edizione di Maredamare, vetrina per le collezioni dell'estate 2027. Attesi oltre 250 brand da tutto il mondo, ed una crescita delle sezioni resortwear e accessori. Sul fronte business, si rafforza ulteriormente la collaborazione con Agenzia Ice, che contribuirà ad ampliare la presenza di buyer selezionati provenienti da Europa, Americhe, Medio Oriente, ed Africa.

"Maredamare rappresenta un punto di riferimento per il beachwear a livello internazionale, confermandosi un appuntamento strategico per gli operatori del settore grazie alla presenza dei principali player di fascia alta", ha affermato Alessandro Legnaioli, presidente di Underbeach, che organizza la fiera.

"La manifestazione offre una visione completa e qualificata delle tendenze che segneranno l'estate 2027, contribuendo a rafforzarne il posizionamento sui mercati globali. Per tre giorni, la Fortezza da Basso di Firenze diventerà uno spazio di incontro e confronto capace di valorizzare creatività, innovazione e qualità, dove i partecipanti potranno scoprire 'il lato cool dell'estate', tema scelto per rappresentare questa edizione", ha aggiunto, attraverso una nota, Legnaioli.

Ad arricchire il programma, un calendario di eventi tra sfilate, workshop e appuntamenti dedicati ai giovani talenti. Tra questi, la sfilata delle collezioni finaliste del Concorso nazionale professione moda giovani stilisti di Cna Federmoda, contest italiano per i creativi del settore, che quest'anno si svolgerà proprio a Firenze, la sera del 18 luglio, e come da tradizione avrà una sezione dedicata a intimo e beachwear.

PUBBLICAZIONE: fashionunited.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €15.91
REACH: 1097
CATEGORIA DEL SITO WEB: Lifestyle/Fashion and Apparel
VISITE MENSILI: 33358.40
AUTORE: Isabella Naef
URL: fashionunited.it
> 10 luglio 2026 alle ore 8:50
> Versione Online

“Grazie alla rafforzata collaborazione con Underbeach e ad una serie di progettualità condivise, quest’anno la fase finale del Concorso Nazionale Professione Moda Giovani Stilisti, giunto alla 36esima edizione, si terrà a Firenze nel periodo di Maredamare", ha affermato Antonio Franceschini, responsabile nazionale Cna Federmoda.

"Anche per questa edizione abbiamo deciso di portare i finalisti del nostro storico concorso sul territorio per poter trasmettere loro maggiore consapevolezza di ciò che rappresentano i distretti. Firenze e dintorni offrono ampie possibilità: dalla pelletteria al tessile, dalla concia all’abbigliamento, inoltre la possibilità di attivare relazioni tra giovani aspiranti ad entrare nel mondo della moda e imprese viene rafforzata dalla presenza degli espositori alla fiera leader per il beachwear”.

Credits: Maredamare

Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro secondo una ricerca realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed Aimi-Associazione italiana mare intimo. Il comparto si conferma stabile nel 2025, trainato dal segmento femminile. Export in surplus per il secondo anno consecutivo

Dall’indagine si evince che i consumi italiani legati al beachwear si attestano ad un valore complessivo di 665 milioni di euro, in crescita di circa 29 milioni rispetto al biennio 2023-2025 e in sostanziale tenuta rispetto al 2024 (+0,1%). Se a questi numeri si aggiungono i consumi dei turisti in Italia, stimati in circa il 166 milioni di euro, il valore complessivo supera gli 830 milioni. A fare la parte del leone è la componente femminile, che incide per l’80% degli acquisti.

A livello di mercato europeo il beachwear si attesta intorno ai 23 miliardi di euro, con proiezioni di forte crescita che stimano il superamento dei 35 miliardi di euro entro il 2032 (fonte: Zion Market Research). Anche in questo caso il dominio assoluto delle vendite riguarda il comparto donna, con oltre il 70% del totale. Il bikini rimane il modello più acquistato, seguito dal costume intero, sempre più usato e costruito come “body” da sfoggiare anche fuori dalla spiaggia.

A trainare le vendite sono i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto al resto del comparto moda. L’ecommerce, infatti, si ferma sotto il 15% delle vendite complessive, contro una media superiore al 20% nell’abbigliamento. Una differenza che riflette la preferenza dei consumatori per la prova del prodotto e per una consulenza personalizzata, elementi particolarmente importanti nella scelta di un costume da bagno, dove vestibilità e comfort giocano un ruolo decisivo. In questo contesto, a registrare la crescita più significativa sono i negozi multimarca, che nel segmento maschile intercettano il 51,7% degli acquisti e nel segmento femminile guadagnano quasi l’1%.

PUBBLICAZIONE: nonsolomodanews.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.18
REACH: 174
CATEGORIA DEL SITO WEB: Hobbies and Leisure/Photography
VISITE MENSILI: 5297.37
AUTORE:
URL: www.nonsolomodanews.it
> 10 luglio 2026 alle ore 10:03
> Versione Online

CNA Federmoda torna con WeLoveModainItaly Cruise & Resort a Maredamare



Questo sito o gli strumenti terzi da questo utilizzati si avvalgono di cookie necessari al funzionamento ed utili alle finalità illustrate nella cookie policy. Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie, consulta la Privacy Preferences.

PUBBLICAZIONE: eventi.news
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €2.20
REACH: 152
CATEGORIA DEL SITO WEB: Arts and Entertainment/Music
VISITE MENSILI: 4628.17
AUTORE:
URL: www.eventi.news
> 10 luglio 2026 alle ore 10:57
> Versione Online

Maredamare è in scena a Firenze dal 18 al 20 luglio

Una delle ultime edizioni di Maredamare Credits: Maredamare

Andrà in scena alla Fortezza da Basso di Firenze, dal 18 al 20 luglio, la XIX edizione di Maredamare, vetrina per le collezioni dell'estate 2027. Attesi oltre 250 brand da tutto il mondo, ed una crescita delle sezioni resortwear e accessori.

Sul fronte business, si rafforza ulteriormente la collaborazione con Agenzia Ice, che contribuirà ad ampliare la presenza di buyer selezionati provenienti da Europa, Americhe, Medio Oriente, ed Africa.

Il comparto del beachwear si conferma stabile nel 2025, trainato dal segmento femminile

“Maredamare rappresenta un punto di riferimento per il beachwear a livello internazionale, confermandosi un appuntamento strategico per gli operatori del settore grazie alla presenza dei principali player di fascia alta", ha affermato Alessandro Legnaioli, presidente di Underbeach, che organizza la fiera.

"La manifestazione offre una visione completa e qualificata delle tendenze che segneranno l'estate 2027, contribuendo a rafforzarne il posizionamento sui mercati globali. Per tre giorni, la Fortezza da Basso di Firenze diventerà uno spazio di incontro e confronto capace di valorizzare creatività, innovazione e qualità, dove i partecipanti potranno scoprire ‘il lato cool dell'estate', tema scelto per rappresentare questa edizione”, ha aggiunto, attraverso una nota, Legnaioli.

Ad arricchire il programma, un calendario di eventi tra sfilate, workshop e appuntamenti dedicati ai giovani talenti. Tra questi, la sfilata delle collezioni finaliste del Concorso nazionale professione moda giovani stilisti di Cna Federmoda, contest italiano per i creativi del settore, che quest'anno si svolgerà proprio a Firenze, la sera del 18 luglio, e come da tradizione avrà una sezione dedicata a intimo e beachwear.

“Grazie alla rafforzata collaborazione con Underbeach e ad una serie di progettualità condivise, quest'anno la fase finale del Concorso Nazionale Professione Moda Giovani Stilisti, giunto alla 36esima edizione, si terrà a Firenze nel periodo di Maredamare", ha affermato Antonio Franceschini, responsabile nazionale Cna Federmoda.

"Anche per questa edizione abbiamo deciso di portare i finalisti del nostro storico concorso sul territorio per poter trasmettere loro maggiore consapevolezza di ciò che rappresentano i distretti. Firenze e dintorni offrono ampie possibilità: dalla pelletteria al tessile, dalla concia all'abbigliamento, inoltre la possibilità di attivare relazioni tra giovani aspiranti ad entrare nel mondo della moda e imprese viene rafforzata dalla presenza degli espositori alla fiera leader per il beachwear”.

Maredamare si svolge a Firenze Credits: Maredamare

Il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro secondo una ricerca realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach ed Aimi-Associazione italiana mare intimo. Il comparto si

PUBBLICAZIONE: eventi.news
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €2.20
REACH: 152
CATEGORIA DEL SITO WEB: Arts and Entertainment/Music
VISITE MENSILI: 4628.17
AUTORE:
URL: www.eventi.news
> 10 luglio 2026 alle ore 10:57
> Versione Online

conferma stabile nel 2025, trainato dal segmento femminile. Export in surplus per il secondo anno consecutivo

A fare la parte del leone è la componente femminile, che incide per l'80% degli acquisti

Dall'indagine si evince che i consumi italiani legati al beachwear si attestano ad un valore complessivo di 665 milioni di euro, in crescita di circa 29 milioni rispetto al biennio 2023-2025 e in sostanziale tenuta rispetto al 2024 (+0,1%). Se a questi numeri si aggiungono i consumi dei turisti in Italia, stimati in circa il 166 milioni di euro, il valore complessivo supera gli 830 milioni. A fare la parte del leone è la componente femminile, che incide per l'80% degli acquisti.

A livello di mercato europeo il beachwear si attesta intorno ai 23 miliardi di euro, con proiezioni di forte crescita che stimano il superamento dei 35 miliardi di euro entro il 2032 (fonte: Zion Market Research). Anche in questo caso il dominio assoluto delle vendite riguarda il comparto donna, con oltre il 70% del totale. Il bikini rimane il modello più acquistato, seguito dal costume intero, sempre più usato e costruito come “body” da sfoggiare anche fuori dalla spiaggia.

A trainare le vendite sono i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto al resto del comparto moda. L'ecommerce, infatti, si ferma sotto il 15% delle vendite complessive, contro una media superiore al 20% nell'abbigliamento. Una differenza che riflette la preferenza dei consumatori per la prova del prodotto e per una consulenza personalizzata, elementi particolarmente importanti nella scelta di un costume da bagno, dove vestibilità e comfort giocano un ruolo decisivo. In questo contesto, a registrare la crescita più significativa sono i negozi multimarca, che nel segmento maschile intercettano il 51,7% degli acquisti e nel segmento femminile guadagnano quasi l'1%.

PUBBLICAZIONE: it.fashionnetwork.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €124.19
REACH: 8565
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 260389.00
AUTORE: Gianluca Bolelli
URL: it.fashionnetwork.com
> 12 luglio 2026 alle ore 16:42
> Versione Online

Beachwear: un mercato da oltre 830 milioni di euro in Italia

Mentre si avvicina la fiera del beachwear Maredamare a Firenze, è stata presentata la prima ricerca dedicata al settore, realizzata dalla società Sita Ricerca per Underbeach (l'organizzatore di Maredamare) ed AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo, che rappresenta in modo unitario produttori, aziende ed operatori della filiera intimo, lingerie e beachwear. Il comparto si conferma stabile nel 2025, con un valore complessivo superiore agli 830 milioni di euro, sostenuto prevalentemente dalla componente femminile e dalla crescita della fascia premium. Export in surplus per il secondo anno consecutivo.

Dall'indagine si nota che i consumi italiani legati al beachwear si attestano a un valore complessivo di 665 milioni di euro, in crescita di circa 29 milioni rispetto al biennio 2023-2025 e in sostanziale tenuta rispetto al 2024 (+0,1%). Se a questi numeri si aggiungono i consumi dei turisti in Italia, stimati in circa il 166 milioni di euro, il valore complessivo supera gli 830 milioni. A fare la parte del leone è la componente femminile, che incide per l'80% degli acquisti.

A livello di mercato europeo il beachwear si attesta intorno ai 23 miliardi di euro, con proiezioni di forte crescita che stimano il superamento dei 35 miliardi di euro entro il 2032 (Fonte: Zion Market Research). Anche in questo caso il dominio assoluto delle vendite riguarda il comparto donna, con oltre il 70% del totale. Il bikini rimane il modello più acquistato, seguito dal costume intero, sempre più usato e costruito come “body” da sfoggiare anche fuori dalla spiaggia.

I canali di vendita: più acquisti nelle boutique e meno nell'online

A trainare le vendite sono i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto al resto del comparto moda, vista la preferenza dei consumatori per la prova del prodotto e per una consulenza personalizzata, elementi particolarmente importanti nella scelta di un costume da bagno, dove vestibilità e comfort giocano un ruolo decisivo. L'e-commerce, infatti, si ferma sotto il 15% delle vendite complessive, contro una media superiore al 20% nell'abbigliamento. In questo contesto, a registrare la crescita più significativa sono i negozi multimarca, che nel segmento maschile intercettano il 51,7% degli acquisti e nel segmento femminile guadagnano quasi l'1%.

La crescita della fascia premium

Particolarmente significativa la crescita della fascia premium. Tra il 2023 e il 2025 il segmento ha registrato un incremento dell'11,3% a valore, più del doppio rispetto alla crescita dell'intero mercato (+4,7%). A trainare questa dinamica sono soprattutto gli acquisti dei turisti, l'80% dei quali si attesta sulla fascia più elevata del mercato e che portano il valore ad oltre 200 milioni di euro.

Il resortwear ha sempre più peso

Accanto al beachwear cresce il peso del resortwear, ovvero l'abbigliamento di fascia alta dedicato alle vacanze e al tempo libero nelle località turistiche (caftani di seta, abiti lunghi in lino, completi da barca, calzature di lusso ed accessori pensati per la vita fuori dalla spiaggia), che è in gran parte rappresentato dalle grandi griffe. Sebbene non esistano rilevazioni ufficiali dedicate a questo

segmento, l'incrocio di dati sul retail moda, sul turismo di alta gamma e sui mercati internazionali consente a Sita Ricerca di stimarne un valore compreso tra 700 e 900 milioni di euro.

Si tratta di un comparto fortemente legato al turismo di lusso, che trova nelle destinazioni iconiche italiane – da Capri a Portofino, dalla Costa Smeralda a Positano – il proprio principale motore di sviluppo. Considerando insieme beachwear e resortwear, il valore complessivo dell'abbigliamento mare in Italia può essere stimato tra 1,4 e 1,7 miliardi di euro, mentre il segmento premium, che intercetta gran parte del mercato resortwear, raggiunge un valore compreso tra 800 e 900 milioni di euro.

Import ed Export

A fronte di esportazioni di 235 milioni di euro per il 2025, in leggero calo rispetto al 2024 (-1,4%), le stime aggregate danno il mercato beachwear globale, comprensivo del mondo resortwear, di circa 1 miliardo di euro, in cui le collezioni “cruise”, “resort” o “capsule estive” dei grandi marchi della moda italiana hanno un peso di oltre 600 milioni di euro. Le importazioni da paesi extra-UE si attestano invece a 127 milioni di euro (+2,5% rispetto al 2024), mentre quelle da paesi dell'Unione Europea sono pari a 99 milioni (-13,9%). La Cina si conferma il principale fornitore del mercato italiano con il 16,6%, seguita da Croazia (9,7%) e Sri Lanka, al 9,5%.

“I risultati della ricerca restituiscono l'immagine di un settore solido e in evoluzione, capace di intercettare nuove tendenze di consumo e di rafforzare la propria presenza sui mercati internazionali, pur in un contesto economico complesso e caratterizzato da una crescita moderata della domanda”, ha commentato Carlotta Burroni, Direttrice Finanziaria di Underbeach. “Si tratta di un'indagine che abbiamo voluto fortemente, insieme a quella sul mercato dell'intimo che abbiamo presentato a febbraio, perché finora non esistevano ricerche specifiche su questi settori, ed è fondamentale, per chi opera in questi mercati, poter disporre di dati dedicati, puntuali e realmente rappresentativi del comparto”.

PUBBLICAZIONE: nove.firenze.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €25.24
REACH: 1892
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 57544.07
AUTORE:
URL: www.nove.firenze.it
> 12 luglio 2026 alle ore 21:54
> Versione Online

Alla Fortezza da Basso la XIX edizione di Maredamare

A Firenze dal 18 al 20 luglio, una fiera come unico touchpoint strategico



Dal 18 al 20 luglio, la Fortezza da Basso di Firenze torna a trasformarsi nel centro nevralgico della moda mare internazionale con la XIX edizione di Maredamare. Sotto l’egida di Underbeach, oltre 250 brand globali convergeranno nel capoluogo toscano per delineare le coordinate della stagione Spring/Summer 2027. Non si tratta di una semplice esposizione, ma di un osservatorio privilegiato su un comparto che sta riscrivendo le proprie regole, muovendosi con decisione verso il concetto di "total look".

Il settore sta attraversando una fase di trasformazione strutturale che Alessandro Legnaioli, Presidente di Associazione Italiana Mare Intimo, definisce come "la metamorfosi più radicale degli ultimi decenni". L'analisi condotta da Sita Ricerca per conto di AIMI e Underbeach smentisce la narrativa di una supremazia assoluta del digitale: nel 2025, il peso dell'e-commerce rimarrà confinato sotto la soglia del 15% (11% per l’intimo, 14% per il beachwear).

Emerge prepotentemente il modello del negozio ibrido, un ecosistema phygital dove il punto vendita fisico evolve da magazzino di prossimità a hub di consulenza tecnica. Come sottolineato da

PUBBLICAZIONE: nove.firenze.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €25.24
REACH: 1892
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 57544.07
AUTORE:
URL: www.nove.firenze.it
> 12 luglio 2026 alle ore 21:54
> Versione Online

Legnaioli:

Approfondimenti

"L’illusione dell’online puro sta mostrando i suoi limiti perché nel nostro settore restano centrali aspetti come vestibilità, materiali ed esperienza diretta del prodotto. Il disallineamento tra aspettativa e realtà in termini di vestibilità e texture [...] stanno riportando i clienti verso i negozi fisici."

In un mercato dove il sistema distributivo tradizionale vacilla, la fiera riacquista una centralità assoluta. Il fattore critico è rappresentato dalla crisi della rete vendita: il mancato ricambio generazionale degli agenti di commercio ha interrotto il flusso storico tra azienda e dettaglio. In questo vuoto operativo, Maredamare diventa l'unico touchpoint fisico per la concentrazione degli ordini e la formazione professionale.

I saloni di Underbeach hanno risposto a questa esigenza con una crescita straordinaria: negli ultimi tre anni, l'afflusso di buyer esteri è aumentato del +47%. La fiera non è più solo una vetrina, ma un snodo logistico e relazionale fondamentale per colmare le lacune della catena di approvvigionamento.

L'industria italiana dell'intimo e del beachwear si conferma un pilastro economico nazionale, con una proiezione internazionale che non teme la volatilità dei mercati. L'evoluzione stilistica presentata a Firenze per l'estate 2027 punta sulla "contaminazione tra mondi creativi". Il passaggio dal beachwear al Total Look non è solo un’intuizione estetica, ma una precisa strategia di business: l’introduzione del resortwear e degli accessori permette al retailer di aumentare il conversion rate in negozio e, soprattutto, di incrementare il valore dello scontrino medio attraverso la vendita correlata. Il costume da bagno diventa così il fulcro di un sistema moda completo che abbraccia l’intera giornata della consumatrice.

L’attrattività internazionale della fiera passa anche attraverso eventi ad alto impatto mediatico, essenziali per catalizzare l'attenzione dei grandi buyer globali. Domenica 19 luglio alle ore 14:00, i riflettori si accenderanno sulla sfilata di David Beachwear.

Protagonista in passerella sarà Elisabetta Gregoraci, volto di una collezione per l’estate 2027 che si configura come un tributo alle dive del passato, del presente e del futuro. Questo richiamo al fascino senza tempo delle star internazionali non è solo glamour fine a se stesso, ma una rappresentazione plastica della tendenza "timeless luxury" che dominerà il settore, unendo la precisione tecnica della vestibilità al sogno estetico dell'alta moda.

La sopravvivenza del piccolo retailer indipendente dipende oggi da un cambio di paradigma. Non è più sufficiente l’intuizione sul prodotto; è necessaria una visione manageriale solida che includa la gestione dei flussi finanziari, la competenza digitale e una consulenza tecnica d’eccellenza.

Maredamare si conferma l’appuntamento imprescindibile per chi intende affrontare questa trasformazione con gli strumenti adeguati. In un mercato che punisce l'improvvisazione, la Fortezza da Basso offre la bussola per navigare verso il 2027, tra eccellenza manifatturiera e innovazione distributiva.

PUBBLICAZIONE: firenzedintorni.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €7.78
REACH: 1987
CATEGORIA DEL SITO WEB: Sports/Soccer
VISITE MENSILI: 60405.58
AUTORE:
URL: www.firenzedintorni.it
> 13 luglio 2026 alle ore 13:02
> Versione Online

Maredamare, Elisabetta Gregoraci sfila alla Fortezza da Basso per le collezioni estate 2027



La showgirl sarà la testimonial in passerella del brand campano David Beachwear all'interno del salone internazionale della moda mare Elisabetta Gregoraci sarà la protagonista della sfilata firmata David Beachwear in programma a Firenze domenica 19 luglio. L'evento si terrà nel pomeriggio all'interno degli spazi espositivi della Fortezza da Basso, cornice della nuova edizione di Maredamare, il salone internazionale del beachwear che presenta in anteprima le collezioni per la primavera/estate 2027. La showgirl indosserà i bikini dello storico marchio fondato settant'anni fa in costiera amalfitana, noto per le sue linee ispirate allo stile e ai colori del Mediterraneo.

L'edizione 2026 della fiera fiorentina ospita circa 200 marchi internazionali del settore, alternando l'esposizione commerciale a sfilate collettive dedicate alle novità di prodotto. Lo show che vedrà la partecipazione di Gregoraci è stato concepito come un vero e proprio tributo alle dive del cinema e dello spettacolo di ieri, di oggi e di domani: i capi della nuova collezione proporranno infatti tagli e dettagli stilistici pensati per richiamare il fascino senza tempo delle grandi star internazionali.

Sponsor

Condividi

PUBBLICAZIONE: corrierepl.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €1.90
REACH: 595
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 18114.70
AUTORE: Attilio Runello
URL: www.corrierepl.it
> 14 luglio 2026 alle ore 6:17
> Versione Online

Fiera del beachwear a Firenze



Il prossimo fine settimana si terrà l'unica fiera internazionale del beachwear, cioè dei capi di abbigliamento che si indossano sulla spiaggia, in Italia. "Un'estate che guarda alla natura ma non rinuncia alla fantasia, che alterna il desiderio di autenticità alla voglia di evasione, tra atmosfere rurali, colori delicati, feste al tramonto e riflessi scintillanti. È questa la direzione che prenderanno le collezioni mare che sfoggeremo la prossima estate (2027) e che sarà possibile vedere in anteprima durante la XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata da Underbeach, che quest'anno tornerà alla Fortezza da Basso di Firenze dal 18 al 20 luglio 2026, celebrando la più ampia panoramica del settore. Oltre 250 i brand attesi da tutto

PUBBLICAZIONE: corrierepl.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €1.90
REACH: 595
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 18114.70
AUTORE: Attilio Runello
URL: www.corrierepl.it
> 14 luglio 2026 alle ore 6:17
> Versione Online

il mondo, pronti ad anticipare al pubblico, in un’area dedicata, quello che sfoggeremo tra un anno sotto l’ombrellone.

PUBBLICAZIONE: newmediaeuropeanpress.eu
PAESE: ITA
CATEGORIA DEL SITO WEB:
TIPOLOGIA: Web
VISITE MENSILI: 3447.49
AVE: €0.97
AUTORE:
REACH: 113
URL: www.newmediaeuropeanpress.eu
> 14 luglio 2026 alle ore 7:02
> Versione Online

Fiera del beachwear a Firenze



La fiera si tiene da molti anni a Firenze

La manifestazione, che ospiterà trecento espositori, prevede una notevole affluenza di buyer.

In altre parole gli espositori sono le imprese produttrici di questi particolari capi di abbigliamento, in prevalenza costumi da bagno, e i buyer sono i negozianti che li vendono, sia che si tratti di buyer specializzati nel.settore, sia che si tratta di negozi di abbigliamento che vendono anche costumi da bagno.

I buyer sono particolarmente interessati alle novità che trovano anche sulle riviste specializzate.

Sono interessati perché gli acquirenti finali, donne in gran parte, trovano le novità su tutte le riviste di moda.

La manifestazione si terrà sabato, domenica e lunedì ma il giorno più importante sarà domenica.

I nuovi costumi si potranno vedere anche durante sfilate organizzate appositamente da alcuni espositori in modo individuale o con sfilate collettive.

La fiera è internazionale perché ospita anche molti espositori stranieri, prevalentemente europei.

Gli organizzatori non mancano di fare un gran batage pubblicitario in altri paesi per attrarre espositori e buyer importanti

“Un'estate che guarda alla natura ma non rinuncia alla fantasia, che alterna il desiderio di autenticità alla voglia di evasione, tra atmosfere rurali, colori delicati, feste al tramonto e riflessi scintillanti. È questa la direzione che prenderanno le collezioni mare che sfoggeremo la prossima estate (2027) e che sarà possibile vedere in anteprima durante la XIX edizione di Maredamare, la fiera

PUBBLICAZIONE: newmediaeuropeanpress.eu
PAESE: ITA
CATEGORIA DEL SITO WEB:
TIPOLOGIA: Web
VISITE MENSILI: 3447.49
AVE: €0.97
AUTORE:
REACH: 113
URL: www.newmediaeuropeanpress.eu
> 14 luglio 2026 alle ore 7:02
> Versione Online

internazionale dedicata a beachwear, resortwear, ed accessori, organizzata da Underbeach, che quest'anno tornerà alla Fortezza da Basso di Firenze dal 18 al 20 luglio 2026, celebrando la più ampia panoramica del settore. Oltre 250 i brand attesi da tutto il mondo, pronti ad anticipare al pubblico, in un'area dedicata, quello che sfoggeremo tra un anno sotto l'ombrellone.

Frutto dello studio condotto dal trend forecaster Nello Marelli e dal gruppo di lavoro “Nel Colore” per Underbeach il beachwear dell'estate 2027 si sviluppa in quattro macro-tendenze, raccolte sotto il concept “Kaleido”, che descrivono un'estate caleidoscopica, fatta di contrasti e contaminazioni, dove la moda mare diventa espressione di stili di vita, desideri e nuove sensibilità. Rural, Delulu, Actual e Sparty: questi i principali filoni individuati, ciascuno con una propria identità estetica e cromatica.” (comunicato stampa, per gentile concessione della organizzazione)

Attilio Runello

PUBBLICAZIONE: paginetessili.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.42
REACH: 29
CATEGORIA DEL SITO WEB: Business and Consumer Services/Textiles
VISITE MENSILI: 905.73
AUTORE:
URL: paginetessili.it
> 14 luglio 2026 alle ore 13:05
> Versione Online

Maredamare, conto alla rovescia per l'edizione più partecipata degli ultimi anni

Maredamare, conto alla rovescia per l'edizione più partecipata degli ultimi anni

luglio 14 | Pubblicato da Luigi Sorreca | Eventi News

Il salone internazionale del beachwear e resortwear torna a Firenze con oltre 250 brand e buyer provenienti da tutto il mondo. Appuntamento alla Fortezza da Basso dal 18 al 20 luglio per scoprire il lato cool dell'estate

Firenze, 14 luglio 2026 – Il lato più cool dell'estate è pronto a conquistare Firenze. Mancano ormai pochi giorni al ritorno di Maredamare , la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear e accessori, che dal 18 al 20 luglio porterà alla Fortezza da Basso il meglio della moda mare internazionale, secondo il tema “ The cool side of summer ”. La XIX edizione si preannuncia come una delle più partecipate degli ultimi anni , grazie ad un vero e proprio boom di nuove adesioni: saranno oltre 250 i brand provenienti da tutto il mondo, dei quali 50 presenti per la prima volta , a conferma della crescente attrattività dell'appuntamento per il mercato internazionale. La fiera, organizzata da Underbeach , rappresenta infatti una delle più importanti vetrine dedicate al settore, ed offrirà ai buyer una panoramica completa delle collezioni Primavera/Estate 2027, con una presenza sempre più significativa delle proposte resortwear e accessori, a testimonianza dell'evoluzione verso un concetto di total look estivo. Sul fronte business si rafforza la collaborazione con Agenzia ICE , che contribuirà a portare a Firenze buyer selezionati provenienti da Europa, Americhe, Medio Oriente e Africa, consolidando il ruolo della manifestazione come piattaforma di riferimento per l'internazionalizzazione delle aziende.

LE SFILATE

Nel corso delle tre giornate il cuore pulsante della manifestazione saranno le sfilate, che accompagneranno l'intero programma con appuntamenti collettivi dedicati ai brand espositori, défilé esclusivi e la passerella del Consorzio ILB – Italian Lingerie & Beachwear, dedicata alle eccellenze del Made in Italy. Sabato 18 luglio, sulla Terrazza della Scherma, spazio anche ai giovani talenti con la sfilata delle collezioni finaliste del Concorso Nazionale Professione Moda Giovani Stilisti di CNA Federmoda , il più longevo contest italiano dedicato ai nuovi creativi della moda, che ogni anno riserva una sezione dedicata ad intimo e beachwear. CNA Federmoda sarà inoltre presente all'interno della fiera, con un proprio spazio espositivo dedicato all'incontro tra buyer e nuove collezioni di beachwear, resortwear ed accessori.

LE TENDENZE E LA SPINTA DELLA FORMAZIONE

Ampio spazio sarà riservato anche alla formazione, con un calendario di workshop pensati per accompagnare i negozianti nello sviluppo del proprio business. Tra le principali novità figura un percorso formativo che prenderà il via durante Maredamare e proseguirà per tutto l'anno, fino alla prossima edizione di Immagine Italia & Co. 2027, con il supporto continuativo di esperti, che seguiranno i negozianti per fornire loro suggerimenti e strategie per ampliare la loro clientela. La

PUBBLICAZIONE: paginetessili.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.42
REACH: 29
CATEGORIA DEL SITO WEB: Business and Consumer Services/Textiles
VISITE MENSILI: 905.73
AUTORE:
URL: paginetessili.it
> 14 luglio 2026 alle ore 13:05
> Versione Online

giornata di domenica sarà invece dedicata alle tendenze dell'estate 2027, curate dal trendforecaster di Maredamare, Nello Marelli e raggruppate in quattro categorie: Actual , dallo stile dinamico, che interpreta un'estate vissuta tra città e mare, beach club e piscine urbane ed espressa in olori vivaci, righe, motivi geometrici e materiali tecnici; Delulu , caratterizzata da un'estetica che invita a evadere dalla realtà, con colori, dettagli e abbinamenti giocano con un immaginario sognante e fuori dagli schemi; Rural , che segna il ritorno ad un'estate a contatto con la natura e si caratterizza di materiali naturali, tonalità morbide e richiami all'artigianalità; ed infine Sparty , che fonde benessere e glamour e si concretizza in tessuti luminosi, finiture metalliche, effetti iridescenti e dettagli preziosi.

Anche la giornata di lunedì sarà dedicata alle tendenze, con Nello Marelli che illustrerà in anteprima agli espositori le estetiche e i trend colore destinati a caratterizzare la stagione estiva del 2028.

OLTRE LA FIERA

Consolidato ormai Fuordacqua , il fuorisalone di Maredamare che estende l'esperienza della manifestazione sul territorio attraverso un calendario diffuso di eventi e iniziative. Il programma culminerà negli appuntamenti esclusivi, su invito, “Follow the Flow”, dedicato ai buyer, e “The Cool Side of Party”, riservato alle aziende.

LA SPINTA SULLA SOSTENIBILITÀ

L'edizione 2026 conferma la forte attenzione alla sostenibilità ambientale e sociale. La manifestazione, certificata ISO 20121 per la gestione sostenibile degli eventi, ospiterà numerosi marchi impegnati nella produzione “green” attraverso materiali riciclati, fibre naturali e biologiche, tessuti certificati e filiere tracciate, valorizzando anche piccole realtà manifatturiere italiane e modelli produttivi responsabili. Accanto all'impegno ambientale emerge anche quello sociale, con brand che promuovono una rappresentazione autentica della persona, scegliendo campagne realizzate con persone comuni e valorizzando un'idea di bellezza inclusiva e naturale.

“Maredamare continua a crescere e i numeri di questa edizione lo dimostrano chiaramente – afferma Raffaella Petrossi , General Manager di Underbeach. – Il fatto che questa sia una delle edizioni più partecipate degli ultimi anni conferma la fiducia che il settore ripone nella nostra manifestazione e la sua capacità di attrarre operatori da tutto il mondo. Per tre giorni Firenze diventerà il punto di riferimento internazionale per il beachwear di alta gamma, offrendo occasioni di business, formazione, confronto e ispirazione. È una fiera che guarda al futuro, valorizzando innovazione, sostenibilità e creatività, senza perdere il legame con la qualità e il Made in Italy”.

Get Shareaholic for Google Chrome

Ti è piaciuto questo articolo? Condividilo!

PUBBLICAZIONE: it.fashionnetwork.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €124.19
REACH: 8565
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 260389.00
AUTORE: Gianluca Bolelli
URL: it.fashionnetwork.com
> 14 luglio 2026 alle ore 16:58
> Versione Online

Maredamare torna a Firenze con più di 250 brand e spinge sulla sostenibilità

Maredamare, la fiera internazionale dedicata a beachwear, resortwear e accessori, dal 18 al 20 luglio porterà alla Fortezza da Basso di Firenze il meglio della moda mare, con alla base il tema “The cool side of summer”. La 19ma edizione della fiera vede l'incremento della partecipazione di espositori: saranno oltre 250 i brand provenienti da tutto il mondo, dei quali 50 presenti per la prima volta, a conferma della crescente attrattività dell'appuntamento per il mercato internazionale.

La fiera, organizzata da Underbeach, società che si occupa anche di Immagine Italia & Co. a febbraio e organizza sfilate durante la Fashion Week femminile di Milano, rappresenta infatti una delle più importanti vetrine del comparto, e offrirà ai buyer una panoramica completa delle collezioni Primavera-Estate 2027, con una presenza sempre più significativa delle proposte resortwear e accessori, a testimonianza dell'evoluzione verso un concetto di total look estivo.

Sul fronte business si rafforza la collaborazione con Agenzia ICE, che contribuirà a portare a Firenze buyer selezionati provenienti da Europa, Americhe, Medio Oriente e Africa.

Cuore pulsante del salone saranno ancora una volta le sfilate, tra gli appuntamenti collettivi dedicati ai brand espositori, alcuni défilé esclusivi e la passerella del Consorzio ILB – Italian Lingerie & Beachwear, dedicata alle eccellenze del Made in Italy . Sabato 18 luglio, sulla Terrazza della Scherma, spazio anche ai giovani talenti con la sfilata delle collezioni finaliste del Concorso Nazionale Professione Moda Giovani Stilisti di CNA Federmoda, il più longevo contest italiano dedicato ai nuovi creativi della moda, che ogni anno riserva una sezione dedicata ad intimo e beachwear e che proprio in Fortezza da Basso celebrerà i vincitori della 36ma edizione.

“Tra CNA Federmoda e Underbeach stiamo condividendo un percorso di sostegno ai comparti di beachwear e lingerie che rappresentano un'eccellenza nel panorama del sistema moda italiano”, segnala Antonio Franceschini, responsabile Nazionale CNA Federmoda. “Il mondo dell'Artigianato e delle PMI esprime delle realtà di primo piano in questo contesto. Anche per questa edizione abbiamo infatti deciso di portare i finalisti del nostro storico concorso sul territorio per poter trasmettere loro maggiore consapevolezza di ciò che rappresentano i distretti. Firenze e dintorni offrono ampie possibilità: dalla pelletteria al tessile, dalla concia all'abbigliamento”.

In fiera, CNA Federmoda occuperà uno spazio collettivo che supporterà la partecipazione di realtà sue associate, il suddetto Concorso e il progetto “Fashion from the World”, per offrire uno spaccato della creatività emergente da Nigeria e Mozambico.

A Maredamare 19 spazio anche alla formazione, con un calendario di workshop pensati per accompagnare i negozianti nello sviluppo del proprio business. Tra le principali novità figura un percorso formativo che prenderà il via durante il salone e proseguirà per tutto l'anno, fino alla prossima edizione di Immagine Italia & Co. 2027, con il supporto continuativo di esperti, che seguiranno i titolari di negozi per fornire loro suggerimenti e strategie per ampliare la loro clientela.

PUBBLICAZIONE: it.fashionnetwork.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €124.19
REACH: 8565
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 260389.00
AUTORE: Gianluca Bolelli
URL: it.fashionnetwork.com
> 14 luglio 2026 alle ore 16:58
> Versione Online

“Maredamare si consolida come punto di riferimento strategico per i negozi di beachwear alla ricerca delle eccellenze del mercato”, aggiunge Giulio Felloni, Presidente di Federazione Moda Italia-Confcommercio. “Il salone sarà anche un'importante occasione di confronto costruttivo tra l'associazione dei produttori del beachwear AIMI e Federazione Moda Italia-Confcommercio, per tracciare linee guida comuni dove trasparenza della filiera e sostenibilità – sia etica che ambientale – diventano i pilastri per qualificare l'offerta commerciale e garantire al consumatore finale un acquisto consapevole e di valore”.

Confermato anche Fuordacqua, il fuorisalone di Maredamare col suo calendario diffuso di eventi e iniziative. Il programma culminerà negli appuntamenti esclusivi, su invito, "Follow the Flow", dedicato ai buyer, e "The Cool Side of Party", riservato alle aziende.

L'edizione 2026 conferma la forte attenzione alla sostenibilità ambientale e sociale. La manifestazione, certificata ISO 20121 per la gestione sostenibile degli eventi, ospiterà infatti numerosi marchi impegnati nella produzione “green” attraverso materiali riciclati, fibre naturali e biologiche, tessuti certificati e filiere tracciate, valorizzando anche piccole realtà manifatturiere italiane e modelli produttivi responsabili. Ma emerge anche l'impegno sociale del salone fiorentino, con la scelta di brand che promuovono una rappresentazione autentica della persona, scegliendo campagne realizzate con persone comuni e valorizzando un'idea di bellezza inclusiva e naturale.

“Maredamare continua a crescere”, sottolinea Raffaella Petrossi, General Manager di Underbeach. “È una fiera che guarda al futuro, valorizzando innovazione, sostenibilità e creatività, senza perdere il legame con la qualità e il Made in Italy”.

Maredamare celebrará su mejor edición

Con más de 250 marcas y compradores venidos de todo el mundo, Maredamare celebrará su mejor edición, del 18 al 20 de julio, en Florencia. La XIX edición girará en torno al tema “The cool side of summer” y mostrará las colecciones para la primavera-verano 2027. Destaca la mayor oferta de propuestas de resortwear y accesorios.

Maredamare celebrará su mejor edición del 18 al 20 de julio en Fortezza da Basso, en Florencia. La organización destaca la adhesión al salón de nuevas marcas y la ampliación de la oferta de resortwear y accesorios. El salón se amplía con Fuordacqua con un calendario de eventos en la ciudad, como “Follow the Flow”, dedicado a los compradores, y “The Cool Side of Party”.

Compradores y desfiles

Gracias al apoyo de la Agenzia ICE, Maredamare recibirá a compradores seleccionados de Europa, América, Oriente Medio y África. El objetivo es internacionalizar las propuestas de las marcas presentes, sobre todo las italianas. Durante las tres jornadas se sucederán los desfiles exclusivos y también del Consorzio ILB – Italian Ligerie & Beachwear, dedicada a la excelencia del made in Italy.

Concurso jóvenes talentos

El sábado se celebrará el desfile de las colecciones finalistas del Concurso Nacional Profesión Moda Jóvenes Diseñadores de CNA, Federmoda. Esta edición apoya especialmente la sostenibilidad ambiental y social. El salón cuenta con la Certificación ISO 20121 para la gestión sostenible de los eventos y acogerá a numerosas marcas comprometidas con la producción verde. Firmas que utilizan materiales reciclados, tejidos certificados y fibras naturales o biológicas. Destaca también la presentación de marcas que promueven una representación auténtica de la persona. Son aquellas que eligen campañas realizadas con personas “normales” y refuerzan la idea de belleza inclusiva y natural. https://maredamare.underbeach.eu/

PUBBLICAZIONE: nove.firenze.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €27.93
REACH: 1926
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 58558.02
AUTORE:
URL: www.nove.firenze.it
> 15 luglio 2026 alle ore 13:10
> Versione Online

Maredamare: dal 18 al 20 luglio il lato cool dell’estate



Appuntamento alla Fortezza da Basso con il salone internazionale del beachwear e resortwear
Come trasporre l’eleganza misurata della città sul bagnasciuga senza tradirne la natura? La risposta giungerà da

Maredamare, il salone internazionale di Firenze, che elegge la Fortezza da Basso a epicentro della stagione SS27. Qui, la dicotomia tra asfalto e sabbia si dissolve, dando vita a un’estetica balneare che non è più una fuga dalla realtà, ma una sua sofisticata estensione.

Assistiamo a una migrazione stilistica: il confine tra il bordo piscina e il cocktail bar si fa sempre più labile. Il beachwear evolve in un "Total Look" capace di abbracciare il wellness e gli eventi "

Fuordacqua ". In questo scenario, la performance tecnica diventa invisibile ma fondamentale.

Nello Marelli, trendforecaster di Maredamare, ha delineato quattro macro-tendenze che scavano nella psicologia del consumatore contemporaneo, trasformando i desideri in estetica:

Actual: Rappresenta il dinamismo urbano. È la risposta a chi vive tra beach club e piscine metropolitane: colori vivaci, righe e geometrie su basi tecniche.

Delulu: Un nome provocatorio per una tendenza che è un inno all'evasione sognante. In un mondo iper-digitalizzato, "Delulu" è il rifugio in un immaginario fuori dagli schemi, fatto di colori e abbinamenti onirici.

Rural: Il ritorno al contatto primordiale con la terra.

PUBBLICAZIONE: nove.firenze.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €27.93
REACH: 1926
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 58558.02
AUTORE:
URL: www.nove.firenze.it
> 15 luglio 2026 alle ore 13:10
> Versione Online

Materiali naturali, tonalità morbide e un'estetica che celebra l'imperfezione dell'artigianato autentico.

Sparty: Wellness is the new luxury social currency. Qui il benessere della spa incontra il glamour del party, declinandosi in tessuti luminosi, finiture metalliche ed effetti iridescenti.

Approfondimenti Come sottolineato da Raffaella Petrossi, General Manager di Underbeach : "È una fiera che guarda al futuro, valorizzando innovazione, sostenibilità e creatività, senza perdere il legame con la qualità e il Made in Italy"

.

La visione di Pierre Mantoux per la SS27 scardina l’idea del beachwear come compartimento stagno. Il progetto "Milano, Poi" propone un continuum estetico dove il lusso non è ostentazione, ma discrezione e carattere. Battezzare le linee con i nomi dei quartieri milanesi non è un vezzo toponomastico, ma una dichiarazione d’intenti: portare il DNA dei distretti urbani fin dentro l’acqua salata.

Se quartieri come Babila o la Scala richiamano quel rigore prestigioso e i codici della Milano "bene", la collezione ne eredita il savoir-faire, permettendo a una donna sofisticata di viaggiare dall'ombra di un portone storico alla battigia senza mai perdere la propria identità.

La vera innovazione risiede nella capacità di un capo di mutare pelle, assecondando la complessità dell'animo femminile. Le serie

Tortona e Scala incarnano questa dualità attraverso la fantasia

Jungle : un gioco di specchi tecnologico e sartoriale.

Stampa double face all over: Un’esclusiva Pierre Mantoux che permette di alternare una lussureggiante vegetazione botanica tropicale a micro-geometrie rigorose, chiaramente ispirate alla cravatteria maschile.

Materiali d'eccezione: Il guardaroba non si ferma al costume, ma si declina in raffinata mussola di viscosa e pregiato twill di seta 100%.

Artigianalità accessoria: Il look è completato da borse a secchiello realizzate interamente a mano all'uncinetto, un tributo alla manualità Made in Italy.

Pierre Mantoux implementa l'iconica linea Fit, dove tessuti modellanti opachi con protezione UV UPF 50+ scolpiscono la silhouette. La vera novità per la SS27 risiede nelle vestibilità: compaiono lo slip alto, che abbraccia e avvolge sapientemente il punto vita, e lo slip medio dal fianco leggermente più pronunciato. Per chi cerca la massima durabilità, la serie

Thuya in

Lycra® Xtra Life™ garantisce una resistenza al cloro senza compromessi, fondendo longevità e modularità.

PUBBLICAZIONE: nove.firenze.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €27.93
REACH: 1926
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 58558.02
AUTORE:
URL: www.nove.firenze.it
> 15 luglio 2026 alle ore 13:10
> Versione Online

Nel 2027, la sostenibilità non è più un’etichetta, ma un approccio olistico. Se le serie Solferino e Babila tracciano la rotta ambientale — con l'uso di microfibra operata riciclata certificata

Global Recycled Standard e Oeko-Tex — è sul piano sociale che si compie la vera rivoluzione.

La linea Babila, in particolare, eleva la ricerca materica presentando proposte "fuori acqua" in sangallo su base Lyocell TENCEL™ con delicati ricami in cotone. A questa cura per la materia si affianca una "Sostenibilità Sociale": l'abbandono del corpo irraggiungibile a favore di una bellezza inclusiva e naturale. L'uso di "persone comuni" nelle campagne pubblicitarie riflette un impegno etico a 360 gradi.

Il mare della stagione SS27 non è un luogo di amnesia, ma il palcoscenico dove l'identità milanese — fatta di misura, ricerca e una sottile vena di audacia — trova la sua espressione più libera. L'eleganza urbana ha finalmente imparato a camminare sulla sabbia con la stessa disinvoltura con cui calca il pavé del centro.

PUBBLICAZIONE: it.fashionnetwork.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €83.21
REACH: 8565
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 260389.00
AUTORE:
URL: it.fashionnetwork.com

> 15 luglio 2026 alle ore 22:58

> Versione Online

Maredamare svela le tendenze di beachwear e resortwear per l'estate 2027

La giornata di domenica 19 luglio alla 19ma edizione di Maredamare, il salone internazionale di beachwear, resortwear e accessori mare organizzato da Underbeach alla Fortezza da Basso di Firenze, sarà dedicata alle tendenze dell'estate 2027, curate dal trendforecaster del salone, Nello Marelli, e raggruppate in quattro categorie.

La prima tendenza è Actual , dallo stile dinamico, che interpreta un'estate vissuta tra città e mare, beach club, gite in barca e piscine urbane ed espressa in colori vivaci, righe, motivi geometrici e materiali tecnici. È una tendenza dinamica, che celebra la socialità e il tempo libero attraverso i colori vividi delle bandiere. Rigature, moduli ripetuti, motivi da piscina, tessuti adaptive, spugne, jacquard e decorazioni geometriche interpretano un'estetica contemporanea, energica e ottimista, pensata per vivere il mare e la città senza soluzione di continuità.

Delulu è invece caratterizzata da un'estetica che invita a evadere dalla realtà, con colori, dettagli e abbinamenti giocano con un immaginario sognante e fuori dagli schemi. Più eterea e sognante, è una tendenza che interpreta il bisogno di leggerezza attraverso una tavolozza dominata da toni pastello, nuance cipriate e accostamenti delicati. Rosa luminosi, gialli morbidi, azzurri sfumati e acquatici diventano gli ingredienti di un'estetica fatta di sovrapposizioni e trasformano il beachwear in una nuova eleganza disinvolta.

Il terzo trend è Rural , che segna il ritorno ad un'estate a contatto con la natura e si caratterizza di materiali naturali, tonalità morbide e richiami all'artigianalità. Una tendenza che rappresenta un ritorno al naturale vissuto come rifugio. In un contesto sempre più digitale, cresce il desiderio di contatto con la natura e di materiali autentici. Tornano così protagonisti il cotone, le fibre naturali, le lavorazioni artigianali e le texture che valorizzano la tattilità del prodotto. La palette richiama i colori della terra, verdi vegetali, il lino e i colori spontanei del paesaggio, dando vita a collezioni poetiche, rassicuranti e memorie di spirito campestre.

La quarta tendenza è Sparty , che fonde benessere e glamour e si concretizza in tessuti luminosi, finiture metalliche, effetti iridescenti e dettagli preziosi. Fusione ideale tra "spa" e "party", il trend racconta il lato più glamour dell'estate. La vacanza diventa un'esperienza immersiva, fatta di benessere, divertimento e momenti da condividere. Protagonisti sono i tessuti scintillanti, accenti metallici, effetti iridescenti, le finiture preziose, le tonalità oro e argento e tutti quei dettagli che richiamano l'atmosfera delle feste estive, dagli aperitivi in spiaggia agli eventi esclusivi a bordo piscina.

Anche la giornata di lunedì sarà dedicata alle tendenze, con Nello Marelli che illustrerà in anteprima agli espositori le estetiche e i trend colore destinati a caratterizzare la stagione estiva del 2028.

PUBBLICAZIONE: t24.ilsole24ore.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €1.49
REACH: 198
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 6034.36
AUTORE:
URL: www.t24economia.it
> 16 luglio 2026 alle ore 18:23
> Versione Online

Moda, è l'ora della fiera dei costumi da bagno (che evolve verso il total look estivo)



Territori 16 luglio 2026 Alla Fortezza da Basso torna la 19esima edizione di Maredamare, vetrina del beachwear che si allarga ad accessori e abbigliamento da spiaggia. min read Silvia Pieraccini Costumi da bagno e abbigliamento per il mare tornano alla Fortezza da Basso di Firenze per la 19esima edizione di Maredamare, il salone organizzato dal 18 al 20 luglio dalla società fiorentina Underbeach che parla di “boom di adesioni”. Saranno più di 250 i marchi provenienti da tutto il mondo, dei quali 50 presenti per la prima volta. Anche i compratori arriveranno in parte dall'estero, grazie all'agenzia Ice che finanzierà le trasferte.

La fiera, che presenta le collezioni per la primavera-estate 2027, è una delle più importanti vetrine dedicate al settore e vede una presenza sempre maggiore degli accessori e dell'abbigliamento ‘resort', “a testimonianza dell'evoluzione verso un concetto di total look estivo”, spiega una nota. In programma sfilate, sia collettive che del consorzio Italian lingerie & beachwear che riunisce aziende del made in Italy e degli aspiranti stilisti di Cna Federmoda.

Le tendenze per l'estate 2027 guardano alla natura ma anche alla fantasia, tra atmosfere rurali, colori delicati, feste al tramonto e riflessi scintillanti. Quattro sono le macro-tendenze individuate da un gruppo di ricerca e offerte agli operatori del settori come strumento di orientamento . “Il valore di questo lavoro – afferma Raffaella Petrossi, general manager di Underbeach – è confermato dal fatto che alcune aziende, dopo aver visionato in anteprima le tendenze, hanno scelto di sviluppare collezioni dedicate o di arricchire le proprie linee con elementi ispirati agli scenari individuati dal team di ricerca”.

Il mercato del beachwear, secondo gli organizzatori, è sempre più dinamico e si sta allargando: il costume da bagno supera la sua funzione tradizionale per diventare espressione di identità, emozioni e stili di vita. La scommessa sarà sui visitatori, vista la fase di stagnazione che sta attaversando il settore moda e la contrazione dei viaggi da alcuni Paesi interessati da venti di guerra.

PUBBLICAZIONE: t24.ilsole24ore.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €1.49
REACH: 198
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 6034.36
AUTORE:
URL: www.t24economia.it

> 16 luglio 2026 alle ore 18:23

> Versione Online

Silvia Pieraccini

Condividi

PUBBLICAZIONE: nove.firenze.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €27.93
REACH: 1926
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 58558.02
AUTORE:
URL: www.nove.firenze.it
> 18 luglio 2026 alle ore 13:50
> Versione Online

Maredamare 2026: il manifesto del beachwear mediterraneo



Sabbia, seta e sostenibilità, un’onda internazionale alla Fortezza da Basso di Firenze Come nascono i trend che domineranno le spiagge del mondo? Il battito estetico della stagione Primavera/Estate 2027 non inizia su una riva assolata, ma tra le imponenti mura della

Fortezza da Basso a Firenze. Qui si è aperta stamani la XIX edizione di

Maredamare, che propone ai visitatori un laboratorio dove il zeitgeist contemporaneo incontra l'alto artigianato. In un equilibrio fluido tra innovazione tecnica e narrazione stilistica, l’evento cardine di

Underbeach traccia la rotta per un futuro dove il beachwear non è più un semplice accessorio da vacanza, ma un gesto consapevole di stile e identità.

I numeri di quest’anno raccontano una storia di vitalità straordinaria. Con oltre 250 brand presenti — di cui ben 50 nuovi ingressi — Maredamare registra una partecipazione record che segnala fiducia nel settore. Questo "boom" è il risultato di una spinta decisa verso l'internazionalizzazione, supportata dalla collaborazione strategica con l’

Agenzia ICE, che ha portato a Firenze buyer selezionati dai mercati chiave di Europa, Americhe, Medio Oriente e Africa

. La fiera si trasforma così in una piattaforma di export globale per le aziende italiane.

"Maredamare continua a crescere e i numeri di questa edizione lo dimostrano chiaramente. Il fatto che questa sia una delle edizioni più partecipate degli ultimi anni conferma la fiducia che il settore ripone nella nostra manifestazione e la sua capacità di attrarre operatori da tutto il mondo. Per tre giorni Firenze diventerà il punto di riferimento internazionale per il beachwear di alta gamma" ha dichiarato stamani Alessandro Legnaioli, presidente di

PUBBLICAZIONE: nove.firenze.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €27.93
REACH: 1926
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 58558.02
AUTORE:
URL: www.nove.firenze.it
> 18 luglio 2026 alle ore 13:50
> Versione Online

Underbeach.

Approfondimenti L’impegno di Maredamare verso il futuro passa per la certificazione ISO 20121, un traguardo che pone

Underbeach all'avanguardia nella gestione sostenibile degli eventi. Ma la rivoluzione è anche culturale: assistiamo al definitivo tramonto degli stereotipi a favore di una bellezza inclusiva e naturale. I brand scelgono "persone comuni" per le loro campagne, valorizzando l'autenticità sopra la perfezione patinata. Sotto il profilo dei materiali, la ricerca si fa estrema, privilegiando filiere tracciate e tessuti che rispettano l'ecosistema senza sacrificare il lusso:

Microfibra operata riciclata e fibre certificate Global Recycled Standard.

Lyocell TENCEL™ con ricami in cotone per il "fuori acqua".

Fibre naturali e biologiche a basso impatto ambientale.

Tessuti certificati Oeko-Tex e nobilitazioni tessili 100% Made in Italy.

Il trendforecaster Nello Marelli delinea quattro codici estetici che riflettono la nostra necessità di evasione e concretezza.

Actual: L'Urban Beach È il riflesso del dinamismo contemporaneo, pensato per chi vive tra i beach club e le piscine cittadine.

Estetica: Colori vibranti, geometrie grafiche e righe decise.

Materiali chiave: Tessuti tecnici ad alte prestazioni e microfibre scattanti.

Delulu: L'Evasione Sognante Una fuga psicologica dalla realtà quotidiana, dove l'ironia incontra il fantastico.

Estetica: Dettagli surrealisti e abbinamenti fuori dagli schemi in un immaginario onirico.

Materiali chiave: Finiture eteree e texture che giocano con la luce.

Rural: Il Detox Digitale Una reazione necessaria all'iper-connessione, un ritorno alla terra e al tatto.

Estetica: Tonalità terrose, morbidezza visiva e richiami espliciti all'artigianato manuale.

Materiali chiave: Fibre naturali e tessuti che celebrano l'imperfezione materica.

Sparty: Il Glamour del Benessere La fusione definitiva tra l'estetica wellness e il lusso da party.

Estetica: Opulenza sofisticata, bagliori metallici e iridescenze.

Materiali chiave: Tessuti luminosi, laminature e dettagli preziosi applicati.

PUBBLICAZIONE: nove.firenze.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €27.93
REACH: 1926
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 58558.02
AUTORE:
URL: www.nove.firenze.it
> 18 luglio 2026 alle ore 13:50
> Versione Online

Esempio sublime di "total look" è la collezione SS27 "MILANO, POI" di Pierre Mantoux. Qui l'eleganza meneghina — fatta di discrezione e carattere — viene trasposta nel beachwear attraverso una narrazione cinematografica che attraversa i quartieri iconici della città.

La serie Jungle (linee Tortona e Scala) stupisce con capi doppiati e reversibili: da un lato una lussureggiante stampa botanica, dall'altro micro-geometrie tipiche della cravatteria maschile. Il guardaroba si eleva con l'uso di mussola di viscosa, twill di seta 100% e una hand-made crochet bucket bag

(una borsa a secchiello interamente lavorata all'uncinetto). Per le serie

Solferino e Babila, il brand punta sulla microfibra operata riciclata e su un raffinato sangallo su base

Lyocell TENCEL™. Non manca l'innovazione tecnica: l'iconica linea Fit utilizza tessuti modellanti con protezione

UV UPF 50+.

Il cuore della manifattura italiana è rappresentato dal Consorzio Italian Lingerie & Beachwear, un network d'eccellenza dedicato a presidiare i canali distributivi di fascia alta nel mondo. Ma

Maredamare guarda anche alle nuove generazioni: la collaborazione con CNA Federmoda ha portato in passerella i finalisti del "Concorso Nazionale Professione Moda Giovani Stilisti"

, il contest più longevo d'Italia, confermando la Fortezza come luogo di scouting per i futuri direttori creativi del comparto.

Oltre il business, Maredamare è un'esperienza sensoriale. Il glamour avrà il volto di Elisabetta Gregoraci, madrina d’eccezione domani per la sfilata "Le Dive di David" di David Beachwear. L’energia della fiera tracima nel territorio con il concept

Fuordacqua : dagli appuntamenti di networking come "

Follow the Flow "dedicato ai buyer, fino all'evento " The Cool Side of Party ", Firenze celebrat il legame indissolubile tra moda e lifestyle.

Maredamare 2026 propone una consapevolezza rinnovata: il beachwear è oggi il segmento più dinamico del guardaroba estivo. Mentre i negozianti iniziano il loro percorso di formazione annuale, gli espositori ricevono un'

anteprima esclusiva sui trend colore 2028, un insider scoop che promette un ritorno a tonalità ancora più connesse con gli elementi naturali.

PUBBLICAZIONE: Toscanatv.com
PAESE: ITA
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
TIPOLOGIA: Web
VISITE MENSILI: 9650.64
AVE: €1.24
AUTORE:
REACH: 317
URL: www.toscanatv.it
> 18 luglio 2026 alle ore 19:25
> Versione Online

Firenze - Maredamare, edizione record per settore che vale 830 mln



E' un'edizione da record quella che si è aperta oggi alla Fortezza da Basso di Maredamare, la fiera internazionale dedicata all'abbigliamento estivo per eccellenza, vetrina tra stand e sfilate, delle collezioni Primavera/Estate 2027. Si è registrato infatti, un vero e proprio boom di nuove adesioni: sono oltre 250 i brand provenienti da tutto il mondo, dei quali 50 presenti per la prima volta, a conferma della crescente attrattività dell'appuntamento per il mercato internazionale. Secondo uno studio di Sita Ricerca per conto di Underbeach e Aimi, il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, sostenuto prevalentemente dalla componente femminile – circa l'80%- e dalla crescita della fascia premium che segna un +11% sul 2023. 665 milioni di euro – in crescita di circa 29 milioni rispetto al 2023 e in sostanziale tenuta rispetto al 2024 – sono i consumi italiani, a cui aggiungere 166 milioni dei turisti. La fiera dà spazio anche alle tendenze 2027, raggruppate in quattro categorie: Actual per un'estate urbana, Delulu per evadere dalla realtà, la glamour Sparty e infine Rural.

PUBBLICAZIONE: pinkandchic.net
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.02
REACH: 6
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 197.12
AUTORE:
URL: www.pinkandchic.net
> 18 luglio 2026 alle ore 19:41
> Versione Online

Maredamare: al via la XIX edizione



Si è aperta oggi a Firenze la XIX edizione di Maredamare, la fiera internazionale dedicata alle collezioni beachwear e resortwear di fascia premium che, fino a lunedì 20 luglio, ospiterà alla Fortezza da Basso oltre 250 brand provenienti da tutto il mondo. Dai grandi gruppi internazionali agli specialisti del settore, fino alle più interessanti nuove proposte selezionate, con 50 new entry al debutto, Maredamare conferma il proprio ruolo di più grande panoramica europea dedicata al comparto per la presentazione delle collezioni SS27. La giornata inaugurale si è aperta con la presentazione dei dati aggregati sul mercato intimo e beachwear, contenuti all'interno di specifiche ricerche commissionate da Underbeach e da AIMI – Associazione Italiana Mare Intimo alla società Sita Ricerca. Si tratta delle prime analisi organiche dedicate in modo specifico a questi comparti, nate con l'obiettivo di colmare un vuoto informativo finora esistente e fornire al contempo alle imprese uno strumento di lettura affidabile sull'andamento del mercato

QN IL GIORNO

PUBBLICAZIONE: Il Giorno
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Print
AVE: €18816.00
REACH: 180000
AUTORE: Vittorio Bellagamba
PAGINA: 22
SUPERFICE: 32.00 %

> 19 luglio 2026 alle ore 0:00



Lombardia, il business vista mare

«La boutique può resistere all'online»

Al salone mondiale del beachwear i brand regionali sostengono la crescita di un settore da 4,5 miliardi

di **Vittorio Bellagamba**

MILANO

Maredamare, giunto alla XIX edizione, è il più importante salone internazionale del beachwear. Un settore che, insieme all'intimo, vale oltre 4,5 miliardi di euro in Italia. Tra i 250 brand presenti alla Fortezza Da Basso a Firenze spiccano eccellenze lombarde tra cui Raffaela D'Angelo, marchio italiano di lusso di beachwear e abbigliamento con sede a Milano. Nato nel 2007 in una piccola fabbrica nel nord di Milano, sotto la guida di Raffaela, stilista con 25 anni di esperienza nelle più note marche di mare, oggi Raffaela D'Angelo è uno dei brand leader nel settore. «Maredamare è un importante momento di confronto con compratori provenienti da ogni parte del mondo – spiega Carlotta Porta, figlia della fondatrice del brand –. La nostra è un'azienda famigliare leader nel settore e nel corso degli anni siamo riusciti a conquistare considerevoli spazi nei mercati internazionali». In fiera «abbiamo avuto compratori da Stati Uniti, Spagna, Grecia, Belgio, Gran Bretagna, Albania, ma anche dal Medio Oriente. Con la sfilata Cruise 2027, Raffaela D'Angelo costruisce un guardaroba versatile e contemporaneo, dove artigianalità italiana, glamour rilassato e suggestioni esotiche convivono con naturale equilibrio». Dai grandi gruppi internazionali agli specialisti del settore, fino alle più interessanti nuove proposte selezionate, con 50 new entry, Maredamare conferma il proprio ruolo di più grande panoramica europea dedicata al comparto per la presentazione delle collezioni SS27.

Lo scenario europeo legato al mercato intimo e beachwear vale oggi circa 40 miliardi di euro e continua a crescere a un ritmo tra il 4% e il 6% annuo, mentre il mercato italiano raggiunge un valore stimato tra i 4,5 e i 4,7 miliardi, con il segmento femminile che rappresenta circa il 70% delle vendite. Le ricerche evidenziano anche come gli acquisti effettuati attraverso il canale online continuino a crescere, senza però sostituire il canale fisico. Nell'intimo le vendite tramite e-commerce rappresentano infatti l'11% del totale, mentre nel beachwear si attestano al 15%, quote sensibilmente inferiori rispetto al comparto dell'abbigliamento nel suo complesso, dove il digitale supera ormai il 20%. Particolarmente positivo il quadro della fascia premium, quella rappresentata dalle fiere "Immagine Italia & Co" e "Maredamare", entrambe organizzate da Underbeach, che supera il miliardo di euro di valore e continua a crescere in controtendenza rispetto a un mercato complessivamente stabile: +10% nell'intimo e +11% nel beachwear. Nel comparto mare, inoltre, le boutique multimarca rafforzano la competitività, riuscendo persino a guadagna-

QN IL GIORNO

PUBBLICAZIONE: Il Giorno
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Print
AVE: €18816.00
REACH: 180000
AUTORE: Vittorio Bellagamba
PAGINA: 22
SUPERFICE: 32.00 %

> 19 luglio 2026 alle ore 0:00

re quote rispetto alle grandi catene distributive. Un altro dato significativo riguarda il peso del turismo, che nella fascia premium arriva a rappresentare circa il 50% dei consumi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

QUOTE DI MERCATO

L'e-commerce non va oltre il 15%: nell'abbigliamento supera invece il 20% Clienti 'fisici' da Usa e Medio Oriente



Carlotta Porta con la madre Raffaela D'Angelo, fondatrice dell'omonimo brand

PUBBLICAZIONE: Ansa.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €19830.70
REACH: 1953764
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 59394448.02
AUTORE: Agenzia ANSA
URL: www.ansa.it

> 19 luglio 2026 alle ore 17:44

> Versione Online

Beachwear, le nuove tendenze per i costumi da bagno

Anticipazioni collezioni estate 2027 a Maredamare (ANSA)



Anticipazioni collezioni estate 2027 a Maredamare

Maredamare anticipa le collezioni che faranno tendenza l’estate 2027

Dal ritorno ad uno stile agreste, a linee più glamour, fino ai riflessi metallici: la fiera internazionale del beachwear e del resortwear Maredamare, organizzata da Underbeach, alla Fortezza da Basso di Firenze dal 18 al 20 luglio 2026, celebra la più ampia panoramica del settore con oltre 250 brand attesi da tutto il mondo,

Frutto dello studio condotto dal trend forecaster Nello Marelli e dal gruppo di lavoro “Nel Colore” per Underbeach il beachwear dell’estate 2027 si sviluppa in quattro macro-tendenze, raccolte sotto il concept “Kaleido”, che descrivono un’estate caleidoscopica, fatta di contrasti e contaminazioni, dove la moda mare diventa espressione di stili di vita, desideri e nuove sensibilità. Rural, Delulu, Actual e Sparty: questi i principali filoni individuati, ciascuno con una propria identità estetica e cromatica.

La prima tendenza, Rural, rappresenta un ritorno al naturale vissuto come rifugio. In un contesto sempre più digitale, cresce il desiderio di contatto con la natura e di materiali autentici. Tornano così protagonisti il cotone, le fibre naturali, le lavorazioni artigianali e le texture che valorizzano la tattilità del prodotto. La palette richiama i colori della terra, verdi vegetali, il lino e i colori spontanei del paesaggio, dando vita a collezioni poetiche, rassicuranti e memorie di spirito campestre.

Più eterea e sognante è invece Delulu, una tendenza che interpreta il bisogno di leggerezza attraverso una tavolozza dominata da toni pastello, nuance cipriate e accostamenti delicati. Rosa luminosi, gialli morbidi, azzurri sfumati e acquatici diventano gli ingredienti di una estetica fatta di sovrapposizioni e trasformano il beachwear in una nuova eleganza disinvolta.

PUBBLICAZIONE: Ansa.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €19830.70
REACH: 1953764
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 59394448.02
AUTORE: Agenzia ANSA
URL: www.ansa.it
> 19 luglio 2026 alle ore 17:44
> Versione Online

Con Actual l’estate si sposta tra piscine urbane, beach club e gite in barca. È una tendenza dinamica, che celebra la socialità e il tempo libero attraverso i colori vividi delle bandiere. Rigature, moduli ripetuti, motivi da piscina, tessuti adaptive, spugne, jacquard e decorazioni geometriche interpretano un’estetica contemporanea, energica e ottimista, pensata per vivere il mare e la città senza soluzione di continuità.

Chiude il quadro Sparty, fusione ideale tra “spa” e “party”, che racconta il lato più glamour dell’estate. La vacanza diventa un’esperienza immersiva, fatta di benessere, divertimento e momenti da condividere. Protagonisti sono i tessuti scintillanti, accenti metallici, effetti iridescenti, le finiture preziose, le tonalità oro e argento e tutti quei dettagli che richiamano l’atmosfera delle feste estive, dagli aperitivi in spiaggia agli eventi a bordo piscina.

Spiega Raffaella Petrossi, Direttrice Generale di Underbeach: "Grazie al lavoro di trend forecasting curato da ‘Nel Colore’per Underbeach e alla collaborazione dei brand espositori, il salone presenterà un’area espositiva capace di restituire una visione chiara delle direzioni stilistiche che caratterizzeranno l’estate 2027. Le quattro tendenze individuate raccontano un mercato sempre più dinamico, nel quale il beachwear supera la sua funzione tradizionale per diventare espressione di identità, emozioni e stili di vita".

20 luglio 2026

ITALIA7 - SPECIALE TGT - MAREDAMARE 2026 ALLA FORTEZZA DA BASSO

Il salone internazionale del Beachware in scena alla Fortezza da Basso di Firenze per un'intensa tre giorni all'insegna della moda con la 19ª edizione di Maredamare, la fiera di riferimento mondiale del settore beachwear e resortwear che raccoglie quasi la totalità delle aziende di questo segmento. Continua su https://www.youtube.com/watch?v=N_Ocr2B-bAQ&list=PL1atmRclNqc4nR_wU0kLrkr38k7-VsQO0

PUBBLICAZIONE: elle.com/it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €15680.17
REACH: 1081391
CATEGORIA DEL SITO WEB: Lifestyle/Fashion and Apparel
VISITE MENSILI: 32874313.60
AUTORE: Alessandra Zauli
URL: www.elle.com
> 20 luglio 2026 alle ore 17:04
> Versione Online

Così cambierà la moda mare nel 2027 (e si indosserà ben oltre la spiaggia)



Il comparto del beachwear vale oltre 830 milioni di euro ed è uno dei pochi comparti moda ancora trainati dai negozi fisici. Cosa abbiamo scoperto a Maredamare, fiera italiana dedicata a beachwear e resortwear Vale oltre 830 milioni di euro, continua a crescere e resta uno dei pochi comparti della moda in cui il negozio fisico pesa ancora più dell'e-commerce. Così il beachwear italiano come fotografato da una ricerca realizzata da Sita e commissionata da AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo e Underbeach, la società organizzatrice di Maredamare, fiera italiana dedicata a beachwear e resortwear che il weekend scorso ha condotto a Fortezza da Basso il meglio della moda mare che verrà. “L'idea della ricerca nasce da un'esigenza molto concreta: ci siamo resi conto che non esisteva uno studio dedicato al settore – ci racconta il presidente di Underbeach Alessandro Legnaioli –. Il dato che colpisce di più riguarda il segmento premium. Nel 2025 è cresciuto dell'11,5%, molto più del mercato nel suo complesso. È il segnale di un comparto in salute e di un consumatore sempre più orientato verso prodotti di qualità”. Lo testimoniano i 250 brand presenti e i 40 espositori in più rispetto alla scorsa edizione. “Abbiamo dovuto rinunciare ad accoglierne altri per mancanza di spazio e le richieste per il 2027 sono già numerose – continua Legnaioli –. Anche i buyer internazionali sono quasi raddoppiati indice di come il settore stia vivendo una fase di grande fermento”.

Qui, a Firenze, come sempre si scoprono le tendenze che accenderanno l'Estate 2027 con il filo rosso di un costume da bagno a dilatare la sua funzione diventando parte di un guardaroba che accompagna ben oltre la battigia , intuizione corroborata del resto anche dalle recenti pedane di prêt-à-porter che hanno inanellato sarong urbani, caftani per svolazzi sull'asfalto e coquillage à porter degni degli abissi. La fotografia di una moda mare a farsi espressione di stili di vita, di desideri e nuove sensibilità che il trend forecaster Nello Marelli assieme al gruppo di lavoro Nel Colore – cui Maredamare affida dal 2024 la lettura dei cambiamenti (anche sociali) destinati a tradursi in materiali, colori, fantasie e silhouette della stagione successiva – ha sintetizzato nel concept Kaleido , ossia un'estate fatta di contrasti e contaminazioni. Sparty è la direttiva più glamour , più festosa, crasi di spa e party dove l'acqua diventa lo spazio del relax e della socialità da abitare con costumi dai tessuti luminosi e riflettenti, tra accenti metallici ed effetti iridescenti che echeggiano aperitivi in spiaggia ed eventi deluxe a bordo piscina. Rural , al capo opposto, allude a un detox dal digitale, a

PUBBLICAZIONE: elle.com/it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €15680.17
REACH: 1081391
CATEGORIA DEL SITO WEB: Lifestyle/Fashion and Apparel
VISITE MENSILI: 32874313.60
AUTORE: Alessandra Zauli
URL: www.elle.com
> 20 luglio 2026 alle ore 17:04
> Versione Online

una natura vissuta come ultimo dei rifugi ad ispirare un beachwear di stampo agreste che predilige fibre naturali come lino o cotone e una palette terrosa. In mezzo Delulu , dove toni pastello e nuance cipriate intercettano il bisogno di leggerezza in un'eleganza décontracté , o Actual un'ode alla socialità e al tempo libero da tradursi in spugne e tessuti adaptive, in jacquard e motivi geometrici, in rigature e moduli dinamici per un booster energetico che surfi tra spiaggia e città.

A proposito, tra i primi a cogliere il potenziale del fuori acqua c'è AFS, storica azienda di beachwear fondata nel 1952 dall'imprenditore di origine calabrese Antonio Fortunato Severino e proprietaria dei marchi David, Vacanze Italiane, Iconique e Miradonna che del resortwear (e non solo) è stata pioniera. “La nostra storia inizia oltre settant'anni fa con mio nonno – ci racconta il nipote Antonio oggi alla guida dell'impresa –. Dopo la guerra portò per la prima volta la famiglia al mare e si accorse che i costumi da bagno non si compravano: si noleggiavano negli stabilimenti balneari. Capì che lì c'era un'opportunità, salì su un treno per Genova per acquistare due costumi americani, poi raggiunse Como alla ricerca di un tessuto adatto. Tornato a casa, insieme a mia nonna, iniziò a confezionare i primi modelli”. A Maredamare ha sfilato – special guest Elisabetta Gregoraci – con un omaggio alle dive senza tempo, tra interi mossi di drappeggi e bikini floreali effetti inchiostro, tra chemisier in Sangallo e abiti in lino sablé , tra top brilluccicanti di paillettes e camicie a righe riviera che si muovono leggere dalla colazione in terrazza alla barca, alla cena vista mare. “L'ispirazione arriva soprattutto dai viaggi – spiega Martina Parente, nell'ufficio stile dell'azienda a maggioranza femminile –. L'India, per esempio, per i suoi colori, ma cerchiamo suggestioni ovunque. Per creare una collezione bisogna guardare oltre ciò che si ha sotto gli occhi”.

Oltralpe, per citare un giovane brand che ha catturato la nostra attenzione in fiera, c'è Diana Marginean, che da Monaco di Baviera distilla uno stile francesissimo in un total look da indossare ventiquattro su ventiquattro. Top con bordure di broderie anglaise, abiti in maglia e bikini crochet ad evocare l'appeal di un'icona del tempo che fu in vacanza nel Sud della Francia. O in Andalusia, lì dove è nata l'idea di Mon Margin : “Ero in vacanza con mia madre e cercavo un bikini ma non riuscivo a trovarne nessuno che mi soddisfacesse. Così è stata proprio lei, che fin da quando ero bambina lavorava a maglia per me pullover e maglioni, a insegnarmi l'arte dell'uncinetto. Ne abbiamo realizzati venti e li abbiamo venduti tutti”. Il suo brand, nato nel 2019, ha una produzione tutta locale, con un atelier a Monaco per la lavorazione del cotone e uno a Norimberga per il knitting per pezzi creati e assemblati rigorosamente a mano che con il cashmere servono anche la causa dell'inverno. Un elogio alla lentezza, al saper fare di una volta che veste in modo completo, con t-shirt boxy anni Novanta, camicie pastello, shorts e leggings dal mood casual. “Non guardo gli altri brand – ci spiega Diana –. Creare non significa rivaleggiare con qualcuno, ma rendere le donne belle, con capi che abbiano voglia di indossare dalla spiaggia al pranzo, fino alla cena”.

Dello stesso avviso è anche Raffaella D'Angelo , che con la sua Cruise 2027 progetta un guardaroba completo dove accanto ai bikini ricamati e ai costumi con dettagli couture trovano spazio blazer in organza, miniabiti, camicie over, caftani dalla linea asciutta e parei trasformabili, in una collezione che dissolve definitivamente il confine tra beachwear e prêt-à-porter. A fare da filo conduttore, suggestioni indiane rilette in chiave contemporanea: il motivo paisley, i micro-specchietti, il macramè e una palette che alterna rosa ciliegia, avorio e nero a lampi d'oro discreti, pensati per illuminare tanto la spiaggia quanto un cocktail al tramonto.

“Negli ultimi anni il resortwear è cresciuto moltissimo – spiega non a caso Alessandro Legnaioli –. Oggi il costume è diventato il punto di partenza di un guardaroba più ampio : il cliente acquista il

PUBBLICAZIONE: elle.com/it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €15680.17
REACH: 1081391
CATEGORIA DEL SITO WEB: Lifestyle/Fashion and Apparel
VISITE MENSILI: 32874313.60
AUTORE: Alessandra Zauli
URL: www.elle.com
> 20 luglio 2026 alle ore 17:04
> Versione Online

pareo, il caftano, il cappello, gli accessori. Per questo anche le boutique di abbigliamento, che un tempo consideravano il beachwear marginale, oggi lo vedono come un'opportunità". Uno dei motivi di questa crescita è che il costume da bagno è rimasto uno degli ultimi acquisti aspirazionali accessibili. Se un abito firmato è diventato proibitivo per molti consumatori, concedersi un costume di qualità è ancora possibile. "C'è poi un altro elemento interessante – continua Legnaioli –. Le importazioni di prodotti premium dall'Europa sono diminuite, mentre il segmento premium continua a crescere. Non è una prova definitiva, ma è un segnale che lascia pensare come le aziende italiane stiano aumentando la produzione in questa fascia di mercato".

Insomma un settore in salute che guarda anche ai talenti emergenti come dimostra la rinnovata partnership con CNA Federmoda per il Concorso Nazionale Professione Moda Giovani Stilisti che ha visto sfilare a Firenze i finalisti della sezione Intimo e Mare , ricordando come il prossimo capitolo del beachwear italiano passi anche dalle idee di una nuova generazione di designer. Più che una fiera, Maredamare si conferma il luogo in cui il beachwear prende forma; un osservatorio unico dove convergono ricerca, industria e creatività per anticipare, stagione dopo stagione, l'evoluzione del vivere estivo.

PUBBLICAZIONE: Msn (Italia)
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €230020.20
REACH: 15863462
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 482249251.18
AUTORE:
URL: www.msn.com
> 21 luglio 2026 alle ore 7:27
> Versione Online

Così cambierà la moda mare nel 2027 (e si indosserà ben oltre la spiaggia)

Di Alessandra Zauli

Vale oltre 830 milioni di euro, continua a crescere e resta uno dei pochi comparti della moda in cui il negozio fisico pesa ancora più dell'e-commerce. Così il beachwear italiano come fotografato da una ricerca realizzata da Sita e commissionata da AIMI-Associazione Italiana Mare Intimo e Underbeach, la società organizzatrice di Maredamare, fiera italiana dedicata a beachwear e resortwear che il weekend scorso ha condotto a Fortezza da Basso il meglio della moda mare che verrà. “L'idea della ricerca nasce da un'esigenza molto concreta: ci siamo resi conto che non esisteva uno studio dedicato al settore – ci racconta il presidente di Underbeach Alessandro Legnaioli –. Il dato che colpisce di più riguarda il segmento premium. Nel 2025 è cresciuto dell'11,5%, molto più del mercato nel suo complesso. È il segnale di un comparto in salute e di un consumatore sempre più orientato verso prodotti di qualità”. Lo testimoniano i 250 brand presenti e i 40 espositori in più rispetto alla scorsa edizione. “Abbiamo dovuto rinunciare ad accoglierne altri per mancanza di spazio e le richieste per il 2027 sono già numerose – continua Legnaioli –. Anche i buyer internazionali sono quasi raddoppiati indice di come il settore stia vivendo una fase di grande fermento”.

Qui, a Firenze, come sempre si scoprono le tendenze che accenderanno l'Estate 2027 con il filo rosso di un costume da bagno a dilatare la sua funzione diventando parte di un guardaroba che accompagna ben oltre la battigia , intuizione corroborata del resto anche dalle recenti pedane di prêt-à-porter che hanno inanellato sarong urbani, caftani per svolazzi sull'asfalto e coquillage à porter degni degli abissi. La fotografia di una moda mare a farsi espressione di stili di vita, di desideri e nuove sensibilità che il trend forecaster Nello Marelli assieme al gruppo di lavoro Nel Colore – cui Maredamare affida dal 2024 la lettura dei cambiamenti (anche sociali) destinati a tradursi in materiali, colori, fantasie e silhouette della stagione successiva – ha sintetizzato nel concept Kaleido , ossia un'estate fatta di contrasti e contaminazioni. Sparty è la direttiva più glamour , più festosa, crasi di spa e party dove l'acqua diventa lo spazio del relax e della socialità da abitare con costumi dai tessuti luminosi e riflettenti, tra accenti metallici ed effetti iridescenti che echeggiano aperitivi in spiaggia ed eventi deluxe a bordo piscina. Rural , al capo opposto, allude a un detox dal digitale, a una natura vissuta come ultimo dei rifugi ad ispirare un beachwear di stampo agreste che predilige fibre naturali come lino o cotone e una palette terrosa. In mezzo Delulu , dove toni pastello e nuance cipriate intercettano il bisogno di leggerezza in un'eleganza décontracté , o Actual un'ode alla socialità e al tempo libero da tradursi in spugne e tessuti adaptive, in jacquard e motivi geometrici, in rigature e moduli dinamici per un booster energetico che surfi tra spiaggia e città.

A proposito, tra i primi a cogliere il potenziale del fuori acqua c'è AFS, storica azienda di beachwear fondata nel 1952 dall'imprenditore di origine calabrese Antonio Fortunato Severino e proprietaria dei marchi David, Vacanze Italiane, Iconique e Miradonna che del resortwear (e non solo) è stata pioniera. “La nostra storia inizia oltre settant'anni fa con mio nonno – ci racconta il nipote Antonio oggi alla guida dell'impresa –. Dopo la guerra portò per la prima volta la famiglia al mare e si accorse che i costumi da bagno non si compravano: si noleggiavano negli stabilimenti balneari. Capì che lì c'era un'opportunità, salì su un treno per Genova per acquistare due costumi americani, poi

PUBBLICAZIONE: Msn (Italia)
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €230020.20
REACH: 15863462
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 482249251.18
AUTORE:
URL: www.msn.com
> 21 luglio 2026 alle ore 7:27
> Versione Online

raggiunse Como alla ricerca di un tessuto adatto. Tornato a casa, insieme a mia nonna, iniziò a confezionare i primi modelli". A Maredamare ha sfilato – special guest Elisabetta Gregoraci – con un omaggio alle dive senza tempo, tra interi mossi di drappeggi e bikini floreali effetti inchiostro, tra chemisier in Sangallo e abiti in lino sablé , tra top brilluccicanti di paillettes e camicie a righe riviera che si muovono leggere dalla colazione in terrazza alla barca, alla cena vista mare. "L'ispirazione arriva soprattutto dai viaggi – spiega Martina Parente, nell'ufficio stile dell'azienda a maggioranza femminile –. L'India, per esempio, per i suoi colori, ma cerchiamo suggestioni ovunque. Per creare una collezione bisogna guardare oltre ciò che si ha sotto gli occhi".

Oltralpe, per citare un giovane brand che ha catturato la nostra attenzione in fiera, c'è Diana Marginean, che da Monaco di Baviera distilla uno stile francesissimo in un total look da indossare ventiquattro su ventiquattro. Top con bordure di broderie anglaise, abiti in maglia e bikini crochet ad evocare l'appeal di un'icona del tempo che fu in vacanza nel Sud della Francia. O in Andalusia, lì dove è nata l'idea di Mon Margin : "Ero in vacanza con mia madre e cercavo un bikini ma non riuscivo a trovarne nessuno che mi soddisfacesse. Così è stata proprio lei, che fin da quando ero bambina lavorava a maglia per me pullover e maglioni, a insegnarmi l'arte dell'uncinetto. Ne abbiamo realizzati venti e li abbiamo venduti tutti". Il suo brand, nato nel 2019, ha una produzione tutta locale, con un atelier a Monaco per la lavorazione del cotone e uno a Norimberga per il knitting per pezzi creati e assemblati rigorosamente a mano che con il cashmere servono anche la causa dell'inverno. Un elogio alla lentezza, al saper fare di una volta che veste in modo completo, con t-shirt boxy anni Novanta, camicie pastello, shorts e leggings dal mood casual. "Non guardo gli altri brand – ci spiega Diana –. Creare non significa rivaleggiare con qualcuno, ma rendere le donne belle, con capi che abbiano voglia di indossare dalla spiaggia al pranzo, fino alla cena".

Dello stesso avviso è anche Raffaella D'Angelo , che con la sua Cruise 2027 progetta un guardaroba completo dove accanto ai bikini ricamati e ai costumi con dettagli couture trovano spazio blazer in organza, miniabiti, camicie over, caftani dalla linea asciutta e parei trasformabili, in una collezione che dissolve definitivamente il confine tra beachwear e prêt-à-porter. A fare da filo conduttore, suggestioni indiane rilette in chiave contemporanea: il motivo paisley, i micro-specchietti, il macramè e una palette che alterna rosa ciliegia, avorio e nero a lampi d'oro discreti, pensati per illuminare tanto la spiaggia quanto un cocktail al tramonto.

"Negli ultimi anni il resortwear è cresciuto moltissimo – spiega non a caso Alessandro Legnaioli –. Oggi il costume è diventato il punto di partenza di un guardaroba più ampio : il cliente acquista il pareo, il caftano, il cappello, gli accessori. Per questo anche le boutique di abbigliamento, che un tempo consideravano il beachwear marginale, oggi lo vedono come un'opportunità". Uno dei motivi di questa crescita è che il costume da bagno è rimasto uno degli ultimi acquisti aspirazionali accessibili. Se un abito firmato è diventato proibitivo per molti consumatori, concedersi un costume di qualità è ancora possibile. "C'è poi un altro elemento interessante – continua Legnaioli –. Le importazioni di prodotti premium dall'Europa sono diminuite, mentre il segmento premium continua a crescere. Non è una prova definitiva, ma è un segnale che lascia pensare come le aziende italiane stiano aumentando la produzione in questa fascia di mercato".

Insomma un settore in salute che guarda anche ai talenti emergenti come dimostra la rinnovata partnership con CNA Federmoda per il Concorso Nazionale Professione Moda Giovani Stilisti che ha visto sfilare a Firenze i finalisti della sezione Intimo e Mare , ricordando come il prossimo capitolo del beachwear italiano passi anche dalle idee di una nuova generazione di designer. Più che una fiera,

PUBBLICAZIONE: Msn (Italia)
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €230020.20
REACH: 15863462
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 482249251.18
AUTORE:
URL: www.msn.com

> 21 luglio 2026 alle ore 7:27

> Versione Online

Maredamare si conferma il luogo in cui il beachwear prende forma; un osservatorio unico dove convergono ricerca, industria e creatività per anticipare, stagione dopo stagione, l'evoluzione del vivere estivo.

PUBBLICAZIONE: nove.firenze.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €7.26
REACH: 1926
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 58558.02
AUTORE:
URL: www.nove.firenze.it
> 21 luglio 2026 alle ore 10:12
> Versione Online

Maredamare, boom di buyer esteri per la XIX edizione



Il salone internazionale dedicato alle collezioni beachwear e resortwear ha animato gli spazi della Fortezza da Basso F Boom di buyer esteri per la XIX edizione di Maredamare. Il salone internazionale dedicato alle collezioni beachwear e resortwear di fascia premium, che dal 18 al 20 luglio ha animato gli spazi della Fortezza da Basso di Firenze, ha fatto registrare una crescita del +70% di compratori esteri, rispetto all'edizione precedente, passando da 302 a 579, distribuiti in 227 presenze il sabato, 247 la domenica e 105 il lunedì e provenienti da

58 diversi Paesi, dei quali il 60% europei.

Un risultato che conferma il crescente richiamo della manifestazione sui mercati internazionali ed il suo ruolo di piattaforma di riferimento per il business del settore.

Per la prima volta dopo quattro anni, inoltre, i buyer italiani non hanno registrato una flessione, mantenendosi stabili rispetto all'edizione precedente.

Gli ingressi complessivi nei tre giorni di manifestazione sono stati 4.360, dei quali 1.520 nella giornata inaugurale, 2.070 nella seconda giornata e 770 nell'ultima.

PUBBLICAZIONE: firenzedintorni.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €13.70
REACH: 3259
CATEGORIA DEL SITO WEB: Sports/Soccer
VISITE MENSILI: 99083.97
AUTORE:
URL: www.firenzedintorni.it
> 21 luglio 2026 alle ore 12:31
> Versione Online

Export: a Maredamare presenza buyer esteri in crescita (+70%)



'Stabili, per la prima volta dopo quattro anni, i buyer italiani.'

Il salone internazionale del beachwear e resortwear Maredamare ha chiuso con una presenza di 579 buyer provenienti da 58 Paesi del mondo e 4.360 ingressi complessivi, giunti a Firenze per vedere le collezioni di 250 marchi per l'estate 2027. La fiera, che ha chiuso i battenti il 20 luglio alla Fortezza da Basso, ha visto crescere del 70% la presenza dei compratori esteri (227 presenze il sabato, 247 la domenica e 105 il lunedì). Stabili, per la prima volta dopo quattro anni, i buyer italiani. I visitatori in totale sono stati così suddivisi: 1.520 nella giornata inaugurale, 2.070 nella seconda giornata e 770 nell'ultima.

Organizzata da Underbeach, la manifestazione ha riunito oltre 250 brand provenienti da tutto il mondo, con proposte di beachwear ma anche resortwear e accessori, a conferma dell'evoluzione del settore verso un concetto di total look estivo. Sul fronte del business si è rinnovata anche la collaborazione con Agenzia Ice, che ha favorito l'arrivo a Firenze di buyer selezionati provenienti da Europa, Americhe, Medio Oriente e Africa.

Sponsor

Condividi

PUBBLICAZIONE: fashionunited.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €10.98
REACH: 1097
CATEGORIA DEL SITO WEB: Lifestyle/Fashion and Apparel
VISITE MENSILI: 33358.40
AUTORE: Isabella Naef
URL: fashionunited.it
> 21 luglio 2026 alle ore 13:38
> Versione Online

Maredamare: buyer esteri in crescita del 70% rispetto al 2025

Il salone internazionale dedicato alle collezioni beachwear e resortwear, andato in scena dal 18 al 20 luglio, presso la Fortezza da Basso di Firenze, ha...



Il salone internazionale dedicato alle collezioni beachwear e resortwear, andato in scena dal 18 al 20 luglio, presso la Fortezza da Basso di Firenze, ha registrato una crescita del +70% di compratori esteri, rispetto all'edizione precedente, passando da 302 a 579, distribuiti in 227 presenze il sabato, 247 la domenica e 105 il lunedì e provenienti da 58 diversi Paesi, dei quali il 60% europei.

I buyer italiani si sono mantenuti stabili rispetto all'edizione precedente

Per la prima volta dopo quattro anni, inoltre, i buyer italiani non hanno registrato una flessione, mantenendosi stabili rispetto all'edizione precedente, spiegano gli organizzatori attraverso una nota. Gli ingressi complessivi nei tre giorni di manifestazione sono stati 4.360, dei quali 1.520 nella giornata inaugurale, 2.070 nella seconda giornata e 770 nell'ultima.

Organizzata da Underbeach, la manifestazione ha riunito oltre 250 brand provenienti da tutto il mondo, che hanno presentato le collezioni per la primavera estate 2027, caratterizzate da una presenza sempre più significativa di proposte resortwear e accessori, a conferma dell'evoluzione del settore verso un concetto di total look estivo. Sul fronte del business si è rinnovata anche la collaborazione con Agenzia Ice, che ha favorito l'arrivo a Firenze di buyer selezionati provenienti da Europa, Americhe, Medio Oriente e Africa, contribuendo a rafforzare ulteriormente il profilo internazionale della manifestazione.

Gli ingressi complessivi nei tre giorni di manifestazione sono stati 4.360 Credits: Maredamare, ph. Stefano Raffini

PUBBLICAZIONE: fashionunited.it
PAESE: ITA
CATEGORIA DEL SITO WEB: Lifestyle/Fashion and Apparel
TIPOLOGIA: Web
VISITE MENSILI: 33358.40
AVE: €10.98
AUTORE: Isabella Naef
REACH: 1097
URL: fashionunited.it
> 21 luglio 2026 alle ore 13:38
> Versione Online

"La manifestazione continua a crescere e a rinnovarsi, come dimostrano i numeri: quella del 2026 è stata l'edizione con il maggior numero di brand partecipanti degli ultimi anni, con quasi 50 nuove aziende al debutto. L'interesse è stato tale che non siamo riusciti ad accogliere tutti gli espositori che avevano richiesto di partecipare, perché avevamo già raggiunto il limite della capienza. Il forte incremento dei buyer esteri conferma inoltre la crescente attrattività internazionale di Maredamare. È un segnale importante della vitalità del settore e del ruolo strategico che la manifestazione continua a rappresentare per le imprese e per gli operatori del comparto", ha sottolineato, attraverso la nota, Alessandro Legnaioli, presidente di Underbeach.

Il mercato dell'abbigliamento mare vale complessivamente tra 1,4 e 1,7 miliardi di euro

Il mercato dell'abbigliamento mare, che comprende beachwear e resortwear, vale complessivamente tra 1,4 e 1,7 miliardi di euro. Il segmento premium, che rappresenta gran parte del resortwear, raggiunge un valore compreso tra 800 e 900 milioni di euro e, nel beachwear, è cresciuto dell'11,3% tra il 2023 e il 2025. A trainare il settore è la componente femminile, che rappresenta l'80% degli acquisti, mentre i negozi fisici continuano a essere il principale canale di vendita: nel beachwear, infatti, le vendite online si fermano sotto il 15% del totale, contro una media superiore al 20% registrata nell'intero comparto dell'abbigliamento.

PUBBLICAZIONE: modaglamouritalia.com
PAESE: ITA
CATEGORIA DEL SITO WEB: Lifestyle/Fashion and Apparel
TIPOLOGIA: Web
VISITE MENSILI: 734.02
AVE: €0.29
AUTORE:
REACH: 24
URL: www.modaglamouritalia.com
> 21 luglio 2026 alle ore 14:00
> Versione Online

Maredamare: Cresce sui mercati Internazionali, Buyer esteri in aumento del 70%



Si chiude con un deciso rafforzamento della propria dimensione Internazionale la XIX edizione di Maredamare, il salone dedicato al Beachwear e al Resortwear di fascia Premium, ospitato dal 18 al 20 Luglio alla Fortezza da Basso di Firenze. L'evento registra infatti un incremento del 70% dei Buyer esteri rispetto al 2025, confermandosi uno dei principali appuntamenti di riferimento per il comparto moda mare. I Buyer Internazionali presenti sono stati 579, provenienti da 58 Paesi, con una prevalenza di operatori Europei (60%). Le presenze si sono distribuite tra i tre giorni della manifestazione con

227 Buyer nella giornata inaugurale, 247 nella seconda e 105 nell'ultima. Un risultato che testimonia la crescente capacità della manifestazione di attrarre operatori qualificati dai principali mercati mondiali.

Segnale positivo anche sul fronte Nazionale. Per la prima volta negli ultimi quattro anni il numero dei Buyer Italiani non ha registrato flessioni, mantenendosi stabile rispetto all'edizione precedente. Complessivamente il salone ha totalizzato

4.360 ingressi, con il picco nella giornata di Domenica (2.070 visitatori), dopo i 1.520 del Sabato e i 770 del Lunedì.

Orologi e calendari

Organizzata da Underbeach, la manifestazione ha riunito oltre 250 marchi internazionali, offrendo una panoramica completa delle Collezioni P/E 2027. Accanto al Beachwear cresce il peso del Resortwear e degli accessori, confermando l'evoluzione del mercato verso un'offerta sempre più orientata al concetto di Total Look estivo. A sostenere il processo di internazionalizzazione ha contribuito anche la collaborazione con

Agenzia ICE, che ha favorito la partecipazione di Buyer selezionati provenienti da Europa, Americhe, Medio Oriente e Africa.

PUBBLICAZIONE: modaglamouritalia.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.29
REACH: 24
CATEGORIA DEL SITO WEB: Lifestyle/Fashion and Apparel
VISITE MENSILI: 734.02
AUTORE:
URL: www.modaglamouritalia.com
> 21 luglio 2026 alle ore 14:00
> Versione Online

I dati di settore confermano il buon momento del comparto. Il mercato dell'abbigliamento mare, comprendente Beachwear e Resortwear, ha oggi un valore stimato tra

1,4 e 1,7 Miliardi di Euro. Il segmento Premium, che rappresenta la parte prevalente del Resortwear, vale tra 800 e 900 Milioni di Euro, mentre il Beachwear Premium ha registrato una crescita dell'

11,3% nel periodo compreso tra il 2023 e il 2025. A sostenere la domanda è soprattutto la clientela femminile, responsabile dell'

80% degli acquisti. I negozi fisici restano inoltre il principale canale distributivo: nel Beachwear l'E-Commerce rappresenta infatti meno del

15% delle vendite complessive, una quota inferiore rispetto alla media del comparto abbigliamento, dove supera il

20%.

Le passerelle hanno rappresentato uno dei momenti centrali della manifestazione, con la partecipazione di numerosi Brand espositori e ospiti del mondo dello spettacolo, tra cui

Elisabetta Gregoraci. Tra gli appuntamenti più seguiti la sfilata del Consorzio ILB - Italian Lingerie & Beachwear, dedicata alle eccellenze del "

Made in Italy ", e la presentazione delle Collezioni finaliste del Concorso Nazionale Professione Moda Giovani Stilisti di

CNA Federmoda, presente anche con uno spazio espositivo dedicato all'incontro tra giovani Designer e Buyer.

Soddisfazione viene espressa dal Presidente di Underbeach, Alessandro Legnaioli, che sottolinea come i risultati dell'edizione 2026 confermino il ruolo strategico di Maredamare nel panorama fieristico Internazionale. "

Quella appena conclusa è stata l'edizione con il maggior numero di brand partecipanti degli ultimi anni, con quasi 50 nuove aziende al debutto. L'interesse è stato così elevato da non consentire di accogliere tutte le richieste di partecipazione. Il forte incremento dei buyer esteri rappresenta un segnale importante della crescente attrattività internazionale della manifestazione e della vitalità del settore

PUBBLICAZIONE: eventi.news
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €1.59
REACH: 148
CATEGORIA DEL SITO WEB: Arts and Entertainment/Music
VISITE MENSILI: 4522.14
AUTORE:
URL: www.eventi.news
> 22 luglio 2026 alle ore 0:11
> Versione Online

Maredamare: buyer esteri in crescita del 70% rispetto al 2025

Organizzata da Underbeach, la manifestazione ha riunito oltre 250 brand Credits: Courtesy of Maredamare, ph Stefano Raffini

Il salone internazionale dedicato alle collezioni beachwear e resortwear, andato in scena dal 18 al 20 luglio, presso la Fortezza da Basso di Firenze, ha registrato una crescita del +70% di compratori esteri, rispetto all'edizione precedente, passando da 302 a 579, distribuiti in 227 presenze il sabato, 247 la domenica e 105 il lunedì e provenienti da 58 diversi Paesi, dei quali il 60% europei.

I buyer italiani si sono mantenuti stabili rispetto all'edizione precedente

Per la prima volta dopo quattro anni, inoltre, i buyer italiani non hanno registrato una flessione, mantenendosi stabili rispetto all'edizione precedente, spiegano gli organizzatori attraverso una nota. Gli ingressi complessivi nei tre giorni di manifestazione sono stati 4.360, dei quali 1.520 nella giornata inaugurale, 2.070 nella seconda giornata e 770 nell'ultima.

Viaggi

in Italia

Organizzata da Underbeach, la manifestazione ha riunito oltre 250 brand provenienti da tutto il mondo, che hanno presentato le collezioni per la primavera estate 2027, caratterizzate da una presenza sempre più significativa di proposte resortwear e accessori, a conferma dell'evoluzione del settore verso un concetto di total look estivo. Sul fronte del business si è rinnovata anche la collaborazione con Agenzia Ice, che ha favorito l'arrivo a Firenze di buyer selezionati provenienti da Europa, Americhe, Medio Oriente e Africa, contribuendo a rafforzare ulteriormente il profilo internazionale della manifestazione.

Gli ingressi complessivi nei tre giorni di manifestazione sono stati 4.360 Credits: Maredamare, ph. Stefano Raffini

"La manifestazione continua a crescere e a rinnovarsi, come dimostrano i numeri: quella del 2026 è stata l'edizione con il maggior numero di brand partecipanti degli ultimi anni, con quasi 50 nuove aziende al debutto. L'interesse è stato tale che non siamo riusciti ad accogliere tutti gli espositori che avevano richiesto di partecipare, perché avevamo già raggiunto il limite della capienza. Il forte incremento dei buyer esteri conferma inoltre la crescente attrattività internazionale di Maredamare. È un segnale importante della vitalità del settore e del ruolo strategico che la manifestazione continua a rappresentare per le imprese e per gli operatori del comparto", ha sottolineato, attraverso la nota, Alessandro Legnaioli, presidente di Underbeach.

Il mercato dell'abbigliamento mare vale complessivamente tra 1,4 e 1,7 miliardi di euro

Il mercato dell'abbigliamento mare, che comprende beachwear e resortwear, vale complessivamente tra 1,4 e 1,7 miliardi di euro. Il segmento premium, che rappresenta gran parte del resortwear, raggiunge un valore compreso tra 800 e 900 milioni di euro e, nel beachwear, è cresciuto dell'11,3%

PUBBLICAZIONE: eventi.news
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €1.59
REACH: 148
CATEGORIA DEL SITO WEB: Arts and Entertainment/Music
VISITE MENSILI: 4522.14
AUTORE:
URL: www.eventi.news
> 22 luglio 2026 alle ore 0:11
> Versione Online

tra il 2023 e il 2025. A trainare il settore è la componente femminile, che rappresenta l'80% degli acquisti, mentre i negozi fisici continuano a essere il principale canale di vendita: nel beachwear, infatti, le vendite online si fermano sotto il 15% del totale, contro una media superiore al 20% registrata nell'intero comparto dell'abbigliamento.

PUBBLICAZIONE: paginetessili.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.42
REACH: 29
CATEGORIA DEL SITO WEB: Business and Consumer Services/Textiles
VISITE MENSILI: 905.73
AUTORE:
URL: paginetessili.it
> 22 luglio 2026 alle ore 5:43
> Versione Online

Maredamare, boom di buyer esteri per la XIX edizione: cresciuti del 70% rispetto al 2025

Maredamare, boom di buyer esteri per la XIX edizione: cresciuti del 70% rispetto al 2025

luglio 22 | Pubblicato da Luigi Sorreca | Eventi News

Il salone internazionale del beachwear e resortwear chiude con 579 buyer provenienti da 58 Paesi, oltre 250 brand e 4.360 ingressi complessivi. Stabili, per la prima volta dopo quattro anni, anche i buyer italiani

Firenze, 21 luglio 2026 – Boom di buyer esteri per la XIX edizione di Maredamare . Il salone internazionale dedicato alle collezioni beachwear e resortwear di fascia premium, che dal 18 al 20 luglio ha animato gli spazi della Fortezza da Basso di Firenze, ha fatto registrare una crescita del +70% di compratori esteri , rispetto all'edizione precedente, passando da 302 a 579 , distribuiti in 227 presenze il sabato, 247 la domenica e 105 il lunedì e provenienti da 58 diversi Paesi , dei quali il 60% europei . Un risultato che conferma il crescente richiamo della manifestazione sui mercati internazionali ed il suo ruolo di piattaforma di riferimento per il business del settore.

Per la prima volta dopo quattro anni, inoltre, i buyer italiani non hanno registrato una flessione, mantenendosi stabili rispetto all'edizione precedente. Gli ingressi complessivi nei tre giorni di manifestazione sono stati , dei quali 1.520 nella giornata inaugurale, 2.070 nella seconda giornata e 770 nell'ultima. Organizzata da Underbeach , la manifestazione ha riunito oltre 250 brand provenienti da tutto il mondo, confermandosi punto di riferimento internazionale per il comparto. Nel corso della manifestazione i buyer hanno potuto scoprire un'ampia panoramica delle collezioni Primavera/Estate 2027, caratterizzate da una presenza sempre più significativa di proposte resortwear e accessori, a conferma dell'evoluzione del settore verso un concetto di total look estivo. Sul fronte del business si è rinnovata anche la collaborazione con Agenzia ICE, che ha favorito l'arrivo a Firenze di buyer selezionati provenienti da Europa, Americhe, Medio Oriente e Africa, contribuendo a rafforzare ulteriormente il profilo internazionale della manifestazione.

I DATI DI MERCATO

Il mercato dell'abbigliamento mare , che comprende beachwear e resortwear, vale complessivamente tra 1,4 e 1,7 miliardi di euro . Il segmento premium , che rappresenta gran parte del resortwear, raggiunge un valore compreso tra 800 e 900 milioni di euro e, nel beachwear , è cresciuto dell'11,3% tra il 2023 e il 2025. A trainare il settore è la componente femminile , che rappresenta l'80% degli acquisti, mentre i negozi fisici continuano a essere il principale canale di vendita: nel beachwear, infatti, le vendite online si fermano sotto il 15% del totale, contro una media superiore al 20% registrata nell'intero comparto dell'abbigliamento.

LE SFILATE

Le sfilate hanno rappresentato il cuore pulsante della manifestazione, con la partecipazione anche di ospiti come Elisabetta Gregoraci e un programma che ha alternato défilé dei brand espositori,

PUBBLICAZIONE: paginetessili.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.42
REACH: 29
CATEGORIA DEL SITO WEB: Business and Consumer Services/Textiles
VISITE MENSILI: 905.73
AUTORE:
URL: paginetessili.it
> 22 luglio 2026 alle ore 5:43
> Versione Online

passerelle esclusive e la sfilata del Consorzio ILB – Italian Lingerie & Beachwear , dedicata alle eccellenze del Made in Italy. Tra le novità dell'edizione 2026 anche la sfilata delle collezioni finaliste del Concorso Nazionale Professione Moda Giovani Stilisti di CNA Federmoda , presente in fiera anche con uno spazio espositivo dedicato all'incontro tra buyer e nuove collezioni di beachwear, resortwear e accessori.

“I risultati di questa edizione confermano il ruolo centrale di Maredamare nel panorama fieristico internazionale – commenta Alessandro Legnaioli , presidente di Underbeach. – La manifestazione continua a crescere e a rinnovarsi, come dimostrano i numeri: quella del 2026 è stata l'edizione con il maggior numero di brand partecipanti degli ultimi anni, con quasi 50 nuove aziende al debutto. L'interesse è stato tale che non siamo riusciti ad accogliere tutti gli espositori che avevano richiesto di partecipare, perché avevamo già raggiunto il limite della capienza. Il forte incremento dei buyer esteri conferma inoltre la crescente attrattività internazionale di Maredamare. È un segnale importante della vitalità del settore e del ruolo strategico che la manifestazione continua a rappresentare per le imprese e per gli operatori del comparto”.

Get Shareaholic for Google Chrome

Ti è piaciuto questo articolo? Condividilo!

PUBBLICAZIONE: laspola.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.49
REACH: 59
CATEGORIA DEL SITO WEB: Business and Consumer Services/Textiles
VISITE MENSILI: 1805.03
AUTORE:
URL: www.laspola.com
> 22 luglio 2026 alle ore 6:36
> Versione Online

Maredamare parla straniero



Un vero e proprio boom di visitatori stranieri ha caratterizzato l'edizione di Maredamare in una Firenze dove il costume da bagno era sicuramente più che adatto viste le temperature: le persone in arrivo da fuori Italia sono aumentate del 70% rispetto al 2025. Il salone del beachwear e resortwear ha chiuso con 579 buyer provenienti da 58 Paesi, oltre 250 brand e 4.360 ingressi complessivi. Stabili, per la prima volta dopo quattro anni, anche i buyer italiani.

Il tutto in un contesto economico ma anche climatico non certo facile : dei visitatori esteri il 60% è arrivato da paesi europei. Abbastanza uniforme il dato dei giorni di accesso in fiera: 1.520 persone nella giornata inaugurale, 2.070 nella seconda e 770 nell'ultima, a inizio settimana.

Al salone sono state presentate le collezioni Primavera/Estate 2027, caratterizzate da una presenza sempre più significativa di proposte resortwear e accessori, a conferma dell'evoluzione del settore verso un concetto di total look estivo. Sul fronte del business si è rinnovata anche la collaborazione con Agenzia ICE, che ha favorito l'arrivo a Firenze di buyer selezionati provenienti da Europa, Americhe, Medio Oriente e Africa.

Ad oggi il mercato dell'abbigliamento mare vale complessivamente tra 1,4 e 1,7 miliardi di euro

.

Cuore pulsante della fiera le sfilate, con la partecipazione anche di ospiti come Elisabetta Gregoraci

(nella foto) e un programma che ha alternato défilé dei brand espositori, passerelle esclusive e la sfilata del Consorzio ILB – Italian Lingerie & Beachwear, dedicata alle eccellenze del Made in Italy.

"I risultati confermano il ruolo centrale di Maredamare nel panorama fieristico internazionale – commenta Alessandro Legnaioli, presidente di Underbeach – e continuiamo a crescere e a rinnovarci. Quella del 2026 è stata l'edizione con il maggior numero di brand partecipanti degli ultimi anni, con quasi 50 nuove aziende al debutto. L'interesse è stato tale che non siamo riusciti ad

PUBBLICAZIONE: laspola.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.49
REACH: 59
CATEGORIA DEL SITO WEB: Business and Consumer Services/Textiles
VISITE MENSILI: 1805.03
AUTORE:
URL: www.laspola.com
> 22 luglio 2026 alle ore 6:36
> Versione Online

accogliere tutti gli espositori che avevano richiesto di partecipare, perché avevamo già raggiunto il limite della capienza. Il forte incremento dei buyer esteri conferma inoltre la crescente attrattività internazionale di Maredamare. È un segnale importante della vitalità del settore e del ruolo strategico che la manifestazione continua a rappresentare per le imprese e per gli operatori del comparto".

PUBBLICAZIONE: t24.ilsole24ore.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.89
REACH: 198
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 6034.36
AUTORE:
URL: www.t24economia.it
> 22 luglio 2026 alle ore 7:25
> Versione Online

Aumentano i buyer esteri a Maredamare: il 70% in più a Firenze per il salone del beachwear



Territori 22 luglio 2026 La manifestazione ha riunito oltre 250 brand di tutto il mondo. Il settore va verso un concetto di total look estivo. min read Il salone internazionale del beachwear e resortwear Maredamare ha chiuso con una presenza di 579 buyer provenienti da 58 Paesi del mondo e 4.360 ingressi complessivi, giunti a Firenze per vedere le collezioni di 250 marchi per l'estate 2027. La fiera, che ha chiuso i battenti il 20 luglio alla Fortezza da Basso, ha visto crescere del 70% la presenza dei compratori esteri (227 presenze il sabato, 247 la domenica e 105 il lunedì). Stabili, per la prima volta dopo quattro anni, i buyer italiani.

I visitatori in totale sono stati così suddivisi: 1.520 nella giornata inaugurale, 2.070 nella seconda giornata e 770 nell'ultima. Si è rinnovata anche la collaborazione con Agenzia Ice , che ha favorito l'arrivo a Firenze di buyer selezionati provenienti da Europa, Americhe, Medio Oriente e Africa. Organizzata da Underbeach, la manifestazione ha riunito oltre 250 brand provenienti da tutto il mondo , con proposte di beachwear ma anche resortwear e accessori, a conferma dell'evoluzione del settore verso un concetto di total look estivo . (It)

Condividi

RTV38 (IT) **Paese :** Italy

Presentatore : Redazione

22 luglio 2026

RTV 38 - IL SETTORE BEACHWEAR CONTINUA A CRESCERE

Si è svolta la fortezza da Basso di Firenze, la 19ª edizione di Mare d'Amare, fiera internazionale dedicata al Beachware e al Resortware. Presenti 250 marchi e acquirenti da tutto il mondo. Fra esposizioni e sfilate, il mondo dell'abbigliamento da mare, del tempo libero e delle vacanze di fascia alta segna una crescita continua e strutturata. 830 milioni di euro il valore complessivo secondo la ricerca curata da Sita Ricerca Underbeach e Aimi. (Continua)

Link Video: https://www.youtube.com/watch?v=wPRnOhXF5g0

PUBBLICAZIONE: it.fashionnetwork.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €124.19
REACH: 8565
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 260389.00
AUTORE: Elena Passeri, Gianluca Bolelli
URL: it.fashionnetwork.com
> 22 luglio 2026 alle ore 18:53
> Versione Online

Maredamare 2026: nella XIX edizione buyer esteri +70% da 58 nazioni

Boom di buyer esteri per la XIX edizione di Maredamare. Il salone internazionale dedicato alle collezioni beachwear e resortwear di fascia premium, che dal 18 al 20 luglio ha animato gli spazi della Fortezza da Basso di Firenze, ha fatto registrare una crescita del +70% di compratori esteri, rispetto all'edizione precedente, passati da 302 a 579, provenienti da 58 diversi Paesi, dei quali il 60% europei.

Per la prima volta dopo quattro anni, inoltre, i buyer italiani non hanno registrato una flessione, mantenendosi stabili rispetto all'edizione precedente. Gli ingressi complessivi nei tre giorni di manifestazione sono stati 4.360, dei quali 1.520 nella giornata inaugurale, 2.070 nella seconda giornata e 770 nell'ultima.

Organizzata da Underbeach (la società che si occupa anche di Immagine Italia & Co.), la manifestazione ha riunito oltre 250 brand da tutto il mondo. Nel salone i buyer hanno potuto scoprire le collezioni Primavera-Estate 2027, caratterizzate da una presenza sempre più significativa di proposte resortwear e accessori, a conferma dell'evoluzione del settore verso un concetto di total look estivo. Sul fronte del business si è rinnovata la collaborazione con Agenzia ICE, che ha favorito l'arrivo a Firenze di buyer selezionati provenienti da Europa, Americhe, Medio Oriente e Africa.

“I risultati di quest'edizione confermano il ruolo centrale di Maredamare nel panorama fieristico internazionale”, commenta Alessandro Legnaioli, presidente di Underbeach. “La manifestazione continua a crescere e a rinnovarsi. Quella del 2026 è stata l'edizione col maggior numero di brand partecipanti degli ultimi anni, con quasi 50 nuove aziende al debutto. L'interesse è stato tale che non siamo riusciti ad accogliere tutti gli espositori che avevano richiesto di partecipare, perché avevamo già raggiunto il limite della capienza. Il forte incremento dei buyer esteri conferma inoltre la crescente attrattività internazionale di Maredamare. È un segnale importante della vitalità del settore e del ruolo strategico che la manifestazione continua a rappresentare per le imprese e per gli operatori del comparto”.

Le sfilate hanno rappresentato il cuore pulsante di Maredamare 2026, con la partecipazione anche di ospiti come Elisabetta Gregoraci, che ha ravvivato lo show del gruppo napoletano AFS International, e un programma che ha alternato défilé dei brand espositori, passerelle esclusive e la sfilata del Consorzio ILB – Italian Lingerie & Beachwear, dedicata alle 11 eccellenze del Made in Italy che finora sono entrate a far parte dell'organismo. Tra le novità dell'edizione 2026 la sfilata delle collezioni finaliste del Concorso Nazionale Professione Moda Giovani Stilisti di CNA Federmoda, presente in fiera anche con uno spazio espositivo dedicato.

Numerosi i feedback positivi raccolti da FashionNetwork.com tra le aziende presenti in fiera. Molte le imprese piacevolmente colpite di aver potuto ricevere nei loro stand clienti provenienti da tutto il mondo ed entusiaste dell'incremento della presenza di buyer internazionali a Maredamare 2026 rispetto agli altri anni.

PUBBLICAZIONE: it.fashionnetwork.com
PAESE: ITA
CATEGORIA DEL SITO WEB:
TIPOLOGIA: Web
VISITE MENSILI: 260389.00
AVE: €124.19
AUTORE: Elena Passeri, Gianluca Bolelli
REACH: 8565
URL: it.fashionnetwork.com
> 22 luglio 2026 alle ore 18:53
> Versione Online

Sensazioni confermate da Pin Up Stars, lo storico brand italiano di beachwear fondato nel 1994 a Bologna da Jerry Tommolini e Alessandra Clò, che pur essendo tra i più noti marchi del panorama nazionale del segmento si è detto colpito non solo per i nuovi contatti esteri che ha ottenuto, ma di essere riuscito persino ad intercettare nuovi clienti italiani.

Tra gli altri highlight, Caramì compie 10 anni lanciando una capsule dedicata al tennis, composta da gonna, polo, leggings e top bianchi e blu, e ha introdotto un bomber in velluto tecnico by Carvico con sopra ricamato il nuovo logo ristilizzato per l'anniversario. "È molto piaciuta a Maredamare l'introduzione nelle nostre gamme del “Pantalaccio”, ovvero il pantalone da casa di lui indossato, per uscire o per stare comoda, da lei”, hanno spiegato le sorelle fondatrici, le fiorentine Carlotta e Camilla Castrucci. Realizzato in Italia e disponibile in quattro varianti, due in lino (azzurro e bianco) e due in cotone (tricolore blu e tricolore rosso), il Pantalaccio è un capo versatile, pensato per essere utilizzato dal mare alla città, in viaggio o nella quotidianità.

Fondato nel 2021 a Torino, il brand di beachwear e resortwear di lusso 100% Made in Italy ispirato al Mediterraneo e al savoir-faire italiano Bikiniville è stato presente a Maredamare per la terza volta, riscontrando anch'esso un aumento di presenze dall'estero. “Abbiamo ricevuto moltissimo interesse, scrivendo nuovi ordini dall'Albania e dalla Polonia, ampliando la presenza estera non solo all'Europa, ma a Stati Uniti e Caraibi. Puntiamo a riaprire il mercato strategico del Medio Oriente”, spiegano dall'azienda. Nella PE 2027 Bikiniville ha lanciato nove modelli nuovi, tra bikini interi e abiti lunghi, e ha dato più spazio a fuori acqua, pantaloni, camicie e top in pizzo, mentre la collezione “Garden Atelier” si è ampliata con le calle. Tra i rivenditori più prestigiosi che hanno scelto Bikiniville spiccano l'Hotel Atlantis the Royal a Dubai, Mancini Junior a Cannes o Scandalo al Sole a Portofino.

Festa Foresta è un brand di beachwear 100% etico, sostenibile e Made in Italy, fondato nel 2020 a Milano dalla marchigiana Laura Zura Puntaroni, di formazione architetto. Il marchio si caratterizza anche per la totale inclusività delle persone scelte per i lookbook, tutte donne normali, non modelle, spesso amiche della fondatrice, coi loro difetti estetici in bella vista. “Sono tutti costumi super semplici mix & match. Non vendiamo praticamente mai il set completo”, dice Laura Zura Puntaroni. “I nostri punti di forza sono i tantissimi prodotti continuativi che proponiamo e la totale tracciabilità: realizziamo tutto in Italia dal primo all'ultimo passaggio, in laboratori di Marche, Lombardia e Piemonte, con tessuti by Jersey Lomellina”. La distribuzione è per oltre il 95% in Italia, ma Festa Foresta ha qualche cliente in Spagna, Svizzera e Germania. Appena uscito dalla fase start-up, il brand – nativo digitale – ha ampliato le gamme con l'invernale e i collant e adesso punta sui negozi fisici, col suo prezzo medio accessibile di 150 euro per un costume. “Ottima per noi questa edizione di Maredamare”, conclude Laura Zura Puntaroni, “abbiamo preso tanti contatti stranieri”.

Con il suo abbigliamento in seta e mussolina, il nightwear, i pigiami eleganti e i capi comodi per il relax, l'azienda tedesca Eva Bitzer, di Winterlingen, da 20 anni ha in gestione il brand Fürstenberg, nato nel 1951, che produce costumi da bagno e vestiti da spiaggia con stampe raffinate, i cui disegni sono realizzati a mano in esclusiva per l'azienda da artisti provenienti da Germania e Italia, mentre le confezioni sono Made in Europe. “Produciamo i nostri brand, ma facciamo anche conto terzi. Siamo ben distribuiti in Austria, Germania e Svizzera, e abbiamo clienti in Italia, Francia e Spagna, per un totale di 300 multimarca che ci distribuiscono. Era la nostra prima volta a Maredamare e siamo molto contenti, perché abbiamo trovato clienti dall'Australia, dal Canada, dal Sudafrica e dall'Italia”, spiega il CEO Marc Bitzer. “Il nostro primo mercato è l'Austria, anche perché gran parte dei ricchi tedeschi vi si è trasferita in ragione delle tasse molto più basse. Questa fiera ha rappresentato il nostro ritorno in

PUBBLICAZIONE: it.fashionnetwork.com
PAESE: ITA
CATEGORIA DEL SITO WEB:
TIPOLOGIA: Web
VISITE MENSILI: 260389.00
AVE: €124.19
AUTORE: Elena Passeri, Gianluca Bolelli
REACH: 8565
URL: it.fashionnetwork.com
> 22 luglio 2026 alle ore 18:53
> Versione Online

Italia, dove abbiamo avuto un distributore per molti anni, ma abbiamo stoppato la collaborazione. Vogliamo avere un contatto diretto coi clienti locali".

Lanciato nel 2019 da Diana Marginean, per tanti anni in Louis Vuitton, Mon Margin realizza prêt-à-porter e beachwear rigorosamente in cotone all'uncinetto, utilizzando anche pizzi e ricami. Con tessuti tutti prodotti fra Germania e Italia, il brand ha due atelier, uno a Monaco di Baviera e l'altro a Norimberga, uno per la maglieria e l'altro dedicato all'abbigliamento. "Realizzo anche accessori e dall'anno prossimo lancerò il kidswear bambino-bambina. La mia distribuzione è solo in Giappone per il momento, ma voglio essere in tutto il mondo. Tornerò a Maredamare, che si è rivelata una fiera importante, in cui ho ottenuto tanti contatti e ordini internazionali", spiega Diana Marginean.

Col suo footwear vegan-friendly, Holster Australia è stato fondato nel 2001 da Ben Nothling e Natalie Miller, che iniziarono creando una gamma di sandali in gomma ed espadrillas, fino ad arrivare a produrre una linea completa di calzature vegane (registrate presso la Vegan Society UK) e adatte a tutte le stagioni, per donne e bambini. "Pensavamo fosse un salone solo nazionale, invece siamo rimasti positivamente sorpresi dalla ricchezza di buyer esteri intervenuti a Maredamare", spiega Ben Nothling. "È la prima fiera in assoluto cui abbiamo partecipato in Italia. Siamo distribuiti in 7 Paesi europei, ma adesso cresceranno sicuramente", conclude l'imprenditore, il cui marchio ha sede nella splendida Noosa Beach.

Drama Hair è un marchio di accessori per capelli premium fondato nel 2015 da Priyanka Sanghi. Offre 600 design e ha sede in India, a Delhi, e nel Gujarat, ad Ahmedabad, ma è registrato anche a Dubai, dato che adesso la fondatrice si è trasferita nell'emirato. La produzione è in India. Drama Hair non ha negozi di proprietà, vende sul suo sito web, nonché da Nordstrom negli Stati Uniti, Lodenfrey in Germania e Lane Crawford a Hong Kong. "In Italia è stata la nostra prima volta grazie a Maredamare. È andata benissimo. Per chi è venuto in fiera con l'idea di trovare abbigliamento e costumi da bagno, questi nostri copricapo hanno rappresentato qualcosa di assolutamente nuovo, che non si trova in giro", indica una portavoce. Cerchietti, fasce per capelli, fiocchi, mollette, turbanti, bandane, profumi per capelli, cui s'aggiungono gift set e accessori come elastici e charms, sono i prodotti di Hair Drama, venduti al pubblico tra i 40 e i 60 euro. "Il nostro fatturato è nell'ordine dei 6 milioni di euro. Il primo mercato è l'India, il secondo è Parigi, il terzo gli Stati Uniti. Questo è solo il nostro primo passo in Italia. Abbiamo imparato a conoscere gli agenti e gli importatori locali, ma ci sono molte altre possibilità che saremo felici di esplorare".

Seconda partecipazione per Femynal a Maredamare. Il marchio s'allarga al segmento del resortwear in una capsule, chiamata "Resort Collection", che "nasce come un progetto di sviluppo naturale del DNA Femynal: non si tratta di un semplice ingresso nel beachwear, ma dell'evoluzione di un know-how maturato nell'universo della lingerie di alta qualità", spiega la titolare, fondatrice e direttrice creativa di Femynal, Aiza Villanueva, nata in Perù, ma innamorata di Firenze, dove vive da molti anni e dove ha fondato il brand, che ha una boutique in Borgo San Frediano. "I nostri laboratori italiani, specializzati per circa l'80% nella produzione di lingerie, trasferiscono nel beachwear la stessa attenzione alla costruzione, alla vestibilità, ai materiali e ai dettagli che caratterizzano il mondo dell'intimo luxury". Il feedback ricevuto dai buyer in fiera "è stato estremamente positivo, in particolare grazie alla forte presenza di operatori internazionali", aggiunge Villanueva. "Questo ci ha permesso di avviare nuove collaborazioni in mercati strategici quali Stati Uniti (San Diego), Francia e Arabia Saudita (Riyadh). Attualmente la distribuzione è gestita direttamente dall'azienda, ma alla

PUBBLICAZIONE: it.fashionnetwork.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €124.19
REACH: 8565
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 260389.00
AUTORE: Elena Passeri, Gianluca Bolelli
URL: it.fashionnetwork.com
> 22 luglio 2026 alle ore 18:53
> Versione Online

luce dell'interesse crescente che riceviamo stiamo valutando l'inserimento di un partner distributivo con sede a Milano".

PUBBLICAZIONE: eventi.news
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.11
REACH: 148
CATEGORIA DEL SITO WEB: Arts and Entertainment/Music
VISITE MENSILI: 4522.14
AUTORE:
URL: www.eventi.news
> 22 luglio 2026 alle ore 23:43
> Versione Online

Maredamare 2026: nella XIX edizione buyer esteri +70% da 58 nazioni



Il salone internazionale di beachwear e resortwear ha chiuso a Firenze l'edizione 19 con buyer da 58 Paesi, oltre 250 brand e 4.360 presenze. Stabili i compratori italiani. Feedback molto positivi dalle aziende presenti.

PUBBLICAZIONE: notizie.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €103.62
REACH: 8507
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 258639.88
AUTORE: Andrea Innocenti
URL: www.notizie.it
> 23 luglio 2026 alle ore 7:48
> Versione Online

Beachwear e resortwear: le tendenze dell'estate 2027 da Maredamare



Maredamare 2026 ha chiuso con numeri record, attirando buyer da 58 Paesi e presentando le collezioni Primavera/Estate 2027. Scopri le nuove tendenze del beachwear. La recente edizione di Maredamare tenutasi a Firenze, ha segnato un vero e proprio boom di partecipazione internazionale. Con un aumento del 70% di visitatori stranieri rispetto al 2026, la fiera ha confermato il suo ruolo di punto di riferimento per il settore del beachwear e del resortwear

L'evento, che si è svolto alla Fortezza da Basso ha visto la partecipazione di 579 buyer provenienti da 58 Paesi, oltre 250 brand e 4.360 ingressi complessivi.

Pubblicità

Relive The Magic Of The Iconic 'Flashdance' Final Dance Scene

Un risultato significativo, soprattutto considerando il contesto economico e climatico non favorevole. Il 60% dei visitatori esteri è arrivato da Paesi europei, mentre i buyer italiani si sono mantenuti stabili per la prima volta dopo quattro anni.

Le tendenze del beachwear per l'estate 2027

Maredamare ha presentato le collezioni Primavera/Estate 2027 caratterizzate da una sempre più marcata presenza di proposte resortwear e accessori.

Pubblicità

7 Thailand's Most Exquisite Architectural Wonders

PUBBLICAZIONE: notizie.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €103.62
REACH: 8507
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 258639.88
AUTORE: Andrea Innocenti
URL: www.notizie.it
> 23 luglio 2026 alle ore 7:48
> Versione Online

Questo conferma l'evoluzione del settore verso un concetto di total look estivo

Le tendenze individuate per il prossimo anno sono state raggruppate in quattro macro-categorie: Rural Delulu Actual e Sparty . Ogni categoria rappresenta un diverso stile di vita e sensibilità, con palette cromatiche e materiali distintivi.

Rural: il ritorno alla natura

La tendenza Rural rappresenta un ritorno al naturale, con materiali autentici come il cotone e fibre naturali.

Pubblicità

Feel Dizzy Looking At This Pic

La palette cromatica richiama i colori della terra, verdi vegetali e tonalità spontanee del paesaggio, creando collezioni poetiche e rassicuranti.

Delulu: leggerezza e sogno

Delulu è una tendenza eterea e sognante, con una tavolozza dominata da toni pastello e nuance cipriate. Rosa luminosi, gialli morbidi e azzurri sfumati trasformano il beachwear in una nuova eleganza disinvolta.

Actual: dinamismo urbano

Actual celebra la socialità e il tempo libero con colori vividi e motivi geometrici. Tessuti adaptive, rigature e decorazioni geometriche interpretano un'estetica contemporanea, energica e ottimista.

Sparty: glamour e divertimento

La tendenza Sparty rappresenta il lato più glamour dell'estate, con tessuti scintillanti, accenti metallici e finiture preziose. Oro, argento e dettagli iridescenti richiamano l'atmosfera delle feste estive.

Il mercato del beachwear e i numeri di Maredamare

Il mercato dell'abbigliamento mare vale complessivamente tra 1,4 e 1,7 miliardi di euro. Secondo uno studio di Sita Ricerca per conto di Underbeach e Aimi, il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, con una crescita significativa della fascia premium.

La fiera ha dato spazio anche alle tendenze 2027, raggruppate in quattro categorie: Actual per un'estate urbana, Delulu per evadere dalla realtà, la glamour Sparty e infine Rural

Alessandro Legnaioli, presidente di Underbeach, ha commentato: “I risultati confermano il ruolo centrale di Maredamare nel panorama fieristico internazionale. Continuiamo a crescere e a rinnovarci. Quella del 2026 è stata l'edizione con il maggior numero di brand partecipanti degli ultimi anni.”

PUBBLICAZIONE: notizie.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €103.62
REACH: 8507
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 258639.88
AUTORE: Andrea Innocenti
URL: www.notizie.it
> 23 luglio 2026 alle ore 7:48
> Versione Online

La fiera ha anche rinnovato la collaborazione con l' Agenzia ICE che ha favorito l'arrivo a Firenze di buyer selezionati provenienti da Europa, Americhe, Medio Oriente e Africa.

PUBBLICAZIONE: notizie.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €106.08
REACH: 8507
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 258639.88
AUTORE: Andrea Innocenti
URL: www.notizie.it
> 23 luglio 2026 alle ore 12:26
> Versione Online

Ropa de playa y de resort: tendencias de verano 2027 de Maredamare



Maredamare 2026 cerró con cifras récord, atrayendo a compradores de 58 países y presentando las colecciones Primavera/Verano 2027. Descubre las nuevas tendencias en moda playera. La reciente edición de maredamare Celebrada en Florencia, marcó un verdadero hito. auge de participación internacional. Con un aumento del 70% en el número de visitantes extranjeros en comparación con 2026, la feria confirmó su papel como punto de referencia para el sector. ropa de playa y ropa de playa

El evento, que tuvo lugar en Fortaleza Inferior Contó con la participación de 579 compradores de 58 países, más de 250 marcas y un total de 4.360 asistentes.

Un resultado significativo, sobre todo teniendo en cuenta el contexto económico y climático desfavorable. El sesenta por ciento de los visitantes internacionales procedían de países europeos, mientras que el número de compradores italianos se mantuvo estable por primera vez en cuatro años.

Tendencias en ropa de playa para el verano de 2027

Maredamare presentó las colecciones Primavera / Verano 2027 caracterizada por una presencia cada vez más marcada de propuestas ropa de playa y accesorios.

Esto confirma la evolución del sector hacia un concepto de look veraniego total

Las tendencias identificadas para el próximo año se han agrupado en cuatro macrocategorías: Rural Delulu Real e Sparty Cada categoría representa un estilo de vida y una sensibilidad diferentes, con paletas de colores y materiales distintivos.

PUBBLICAZIONE: notizie.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €106.08
REACH: 8507
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 258639.88
AUTORE: Andrea Innocenti
URL: www.notizie.it
> 23 luglio 2026 alle ore 12:26
> Versione Online

Rural: el regreso a la naturaleza

La tendencia Rural Representa un regreso a la naturaleza, con materiales auténticos como el algodón y las fibras naturales.

La paleta de colores evoca los colores de la tierra, los verdes vegetales y los matices espontáneos del paisaje, creando colecciones poéticas y reconfortantes.

Delulu: ligereza y sueño

Delulu Se trata de una tendencia etérea y onírica, con una paleta dominada por tonos pastel y empolvados. Rosas brillantes, amarillos suaves y azules con matices transforman la ropa de playa en una nueva elegancia natural.

Actualidad: dinamismo urbano

Real Celebra la vida social y el ocio con colores vibrantes y estampados geométricos. Tejidos versátiles, rayas y decoraciones geométricas interpretan una estética contemporánea, enérgica y optimista.

Fiesta: glamour y diversión

La tendencia Sparty Representa la faceta más glamurosa del verano, con tejidos brillantes, detalles metálicos y acabados preciosos. Los detalles en oro, plata e iridiscentes evocan el ambiente de las fiestas veraniegas.

El mercado de ropa de playa y las cifras de Maredamare

El mercado global de ropa de playa tiene un valor de entre 1,4 y 1,7 millones de euros. Según un estudio de Sita Ricerca para Underbeach y Aimi, el mercado italiano de ropa de playa supera los 830 millones de euros, con un crecimiento significativo en el segmento premium.

La feria también dedicó espacio a las tendencias de 2027, agrupadas en cuatro categorías: Real para un verano urbano, Delulu para escapar de la realidad, el glamour Sparty y finalmente Rural

Alessandro Legnaioli, presidente de Underbeach, comentó: “Los resultados confirman el papel central de Maredamare en el panorama ferial internacional. Seguimos creciendo y renovándonos. La edición de 2026 contó con el mayor número de marcas participantes de los últimos años”.

La feria también renovó su colaboración con la agencia de hielo lo que favoreció la llegada a Florencia de compradores selectos de Europa, América, Oriente Medio y África.

PUBBLICAZIONE: caprievent.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €1.46
REACH: 121
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 3689.91
AUTORE:
URL: www.caprievent.it
> 26 luglio 2026 alle ore 16:52
> Versione Online

Moda mare 2027: le anticipazioni internazionali di un mercato da 830 milioni di euro

Si è svolta a Firenze, dal 18 al 20 luglio, nella prestigiosa cornice della Fortezza da Basso, la 19ª edizione di Maredamare 2026, la più importante fiera internazionale di riferimento in Europa dedicata al beachwear, alla lingerie e al resortwear, riservata esclusivamente agli operatori del settore. La manifestazione rappresenta un appuntamento imprescindibile per il sistema moda italiano, espressione dell'eccellenza del Made in Italy, dove creatività, innovazione e qualità dei brand costituiscono gli elementi distintivi di un comparto in continua evoluzione.

Sono stati 209 gli espositori presenti, affiancati da un vasto indotto produttivo composto da aziende artigiane e piccole e medie imprese, protagoniste di una filiera che punta sempre più su sostenibilità ambientale, responsabilità etica e trasparenza produttiva, valori ormai fondamentali per un consumatore sempre più attento e consapevole.

Anche quest'anno Maredamare si è confermata una vetrina privilegiata per conoscere in anteprima le tendenze che caratterizzeranno l'estate 2027, offrendo una panoramica completa sulle nuove collezioni e sull'evoluzione del mercato internazionale.

Tra i principali trend presentati emergono quattro macro-temi: – Rural: un ritorno alla naturalità attraverso l'utilizzo di cotone, fibre naturali e tonalità ispirate alla terra e ai paesaggi mediterranei.

– Delulu: una proposta eterea e romantica, caratterizzata da colori pastello e nuance cipriate che interpretano una nuova eleganza rilassata.

– Actual : una collezione dinamica che celebra il tempo libero e la socialità con colori vivaci, stampe geometriche e capi pensati per essere indossati dal mare alla città.

– Sparty: il volto glamour dell'estate, con tessuti luminosi, dettagli metallici e finiture preziose ispirate alle atmosfere delle feste estive.

Le nuove proposte confermano come il beachwear non rappresenti più soltanto il costume da bagno, ma un universo completo che comprende resortwear, accessori, lingerie, homewear e outfit pensati per accompagnare l'intera giornata estiva.

Maredamare si conferma così l'unico Salone italiano specializzato nel settore e uno dei principali punti di riferimento europei per il segmento medio-alto e alto della moda mare, consolidando il proprio ruolo strategico per buyer internazionali e negozi specializzati alla ricerca delle migliori eccellenze del mercato.

Il programma della manifestazione è stato ulteriormente arricchito da sfilate, workshop, incontri professionali e iniziative dedicate ai giovani talenti, tra cui il Concorso Nazionale "Professione Moda Giovani Stilisti", che ha premiato i vincitori della sua 36ª edizione.

PUBBLICAZIONE: caprievent.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €1.46
REACH: 121
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 3689.91
AUTORE:
URL: www.caprievent.it
> 26 luglio 2026 alle ore 16:52
> Versione Online

Nel corso della manifestazione sono stati inoltre presentati i risultati della prima ricerca organica sul mercato italiano del beachwear e dell'intimo, dedicata all'analisi della produzione, dei consumi, dei segmenti di mercato e dei canali distributivi.

Lo studio, promosso da Underbeach e da AIMI – Associazione Italiana Mare Intimo, rappresenta uno strumento di grande valore per le aziende del comparto, offrendo dati specifici, affidabili e rappresentativi, indispensabili per rafforzare la competitività e il posizionamento delle imprese sui mercati internazionali.

Secondo la ricerca, il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, dei quali 665 milioni derivano dai consumi interni. Un contributo significativo arriva anche dagli acquisti dei turisti stranieri, che rappresentano tra il 25% e il 30% del mercato, per un valore vicino ai 200 milioni di euro.

A trainare le vendite continuano a essere i negozi fisici, che nel comparto della moda mare mantengono un ruolo predominante rispetto all'e-commerce, il quale rappresenta ancora meno del 15% delle vendite complessive.

A cura di Roberta Giusarma

PUBBLICAZIONE: donna fashion news
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.19
REACH: 16
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 491.38
AUTORE:
URL: www.donnafashionnews.it
> 26 luglio 2026 alle ore 16:58
> Versione Online

Maredamare 2026 svela l'estate 2027: innovazione, sostenibilità e nuovi trend

Si è svolta a Firenze, dal 18 al 20 luglio, nella prestigiosa cornice della Fortezza da Basso, la 19ª edizione di Maredamare 2026, la più importante fiera internazionale di riferimento in Europa dedicata al beachwear, alla lingerie e al resortwear, riservata esclusivamente agli operatori del settore. La manifestazione rappresenta un appuntamento imprescindibile per il sistema moda italiano, espressione dell'eccellenza del Made in Italy, dove creatività, innovazione e qualità dei brand costituiscono gli elementi distintivi di un comparto in continua evoluzione.

Sono stati 209 gli espositori presenti, affiancati da un vasto indotto produttivo composto da aziende artigiane e piccole e medie imprese, protagoniste di una filiera che punta sempre più su sostenibilità ambientale, responsabilità etica e trasparenza produttiva, valori ormai fondamentali per un consumatore sempre più attento e consapevole.

Anche quest'anno Maredamare si è confermata una vetrina privilegiata per conoscere in anteprima le tendenze che caratterizzeranno l'estate 2027, offrendo una panoramica completa sulle nuove collezioni e sull'evoluzione del mercato internazionale.

Tra i principali trend presentati emergono quattro macro-temi: – Rural: un ritorno alla naturalità attraverso l'utilizzo di cotone, fibre naturali e tonalità ispirate alla terra e ai paesaggi mediterranei.

– Delulu: una proposta eterea e romantica, caratterizzata da colori pastello e nuance cipriate che interpretano una nuova eleganza rilassata.

– Actual : una collezione dinamica che celebra il tempo libero e la socialità con colori vivaci, stampe geometriche e capi pensati per essere indossati dal mare alla città.

– Sparty: il volto glamour dell'estate, con tessuti luminosi, dettagli metallici e finiture preziose ispirate alle atmosfere delle feste estive.

Le nuove proposte confermano come il beachwear non rappresenti più soltanto il costume da bagno, ma un universo completo che comprende resortwear, accessori, lingerie, homewear e outfit pensati per accompagnare l'intera giornata estiva.

Maredamare si conferma così l'unico Salone italiano specializzato nel settore e uno dei principali punti di riferimento europei per il segmento medio-alto e alto della moda mare, consolidando il proprio ruolo strategico per buyer internazionali e negozi specializzati alla ricerca delle migliori eccellenze del mercato.

Il programma della manifestazione è stato ulteriormente arricchito da sfilate, workshop, incontri professionali e iniziative dedicate ai giovani talenti, tra cui il Concorso Nazionale "Professione Moda Giovani Stilisti", che ha premiato i vincitori della sua 36ª edizione.

PUBBLICAZIONE: donna fashion news
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.19
REACH: 16
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 491.38
AUTORE:
URL: www.donnafashionnews.it
> 26 luglio 2026 alle ore 16:58
> Versione Online

Nel corso della manifestazione sono stati inoltre presentati i risultati della prima ricerca organica sul mercato italiano del beachwear e dell'intimo, dedicata all'analisi della produzione, dei consumi, dei segmenti di mercato e dei canali distributivi.

Lo studio, promosso da Underbeach e da AIMI – Associazione Italiana Mare Intimo, rappresenta uno strumento di grande valore per le aziende del comparto, offrendo dati specifici, affidabili e rappresentativi, indispensabili per rafforzare la competitività e il posizionamento delle imprese sui mercati internazionali.

Secondo la ricerca, il mercato italiano del beachwear vale oltre 830 milioni di euro, dei quali 665 milioni derivano dai consumi interni. Un contributo significativo arriva anche dagli acquisti dei turisti stranieri, che rappresentano tra il 25% e il 30% del mercato, per un valore vicino ai 200 milioni di euro.

A trainare le vendite continuano a essere i negozi fisici, che nel comparto della moda mare mantengono un ruolo predominante rispetto all'e-commerce, il quale rappresenta ancora meno del 15% delle vendite complessive.

PUBBLICAZIONE: lineaintima.net
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.94
REACH: 76
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 2340.05
AUTORE:
URL: www.lineaintima.net
> 27 luglio 2026 alle ore 11:08
> Versione Online

Maredamare, in forte crescita i buyer esteri

La 19° edizione del salone internazionale dedicato alle collezioni beachwear e resortwear di fascia premium chiude con 579 buyer



La 19° edizione del salone internazionale dedicato alle collezioni beachwear e resortwear di fascia premium chiude con 579 buyer provenienti da 58 Paesi (+70%), oltre 250 brand e 4.360 ingressi complessivi

L'edizione 2026 della manifestazione, organizzata da Underbeach, che dal 18 al 20 luglio ha animato gli spazi della Fortezza da Basso a Firenze, ha registrato una crescita del +70% di compratori esteri, rispetto all'edizione precedente, passando da 302 a 579, distribuiti in 227 presenze il sabato, 247 la domenica e 105 il lunedì e provenienti da 58 diversi Paesi, il 60% dei quali europei. Un risultato che conferma il crescente richiamo della manifestazione sui mercati internazionali ed il suo ruolo di riferimento per il business del settore. Il rinnovo della collaborazione con Agenzia ICE ha favorito l'arrivo a Firenze di buyer selezionati provenienti da Europa, Americhe, Medio Oriente e Africa.

Stabile per questa edizione il riscontro da parte del visitorato italiano, con una concentrazione delle presenze nella mattinata e il primo pomeriggio della domenica. Gli ingressi complessivi nei tre giorni di manifestazione sono stati 4.360, dei quali 1.520 nella giornata inaugurale, 2.070 nella seconda giornata e 770 nell'ultima. A fronte di un'offerta di oltre 250 brand internazionali, nel corso della manifestazione i buyer hanno potuto scoprire un'ampia panoramica delle collezioni P/E 2027, con incremento delle proposte resortwear e accessori in un'ottica di total look estivo.

LE SFILATE

Le sfilate hanno scandito con brio la manifestazione, con la partecipazione anche di ospiti come Elisabetta Gregoraci per David e un programma che ha alternato défilé dei brand espositori, passerelle esclusive e la sfilata del Consorzio ILB – Italian Lingerie & Beachwear, dedicata alle

PUBBLICAZIONE: lineaintima.net
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.94
REACH: 76
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 2340.05
AUTORE:
URL: www.lineaintima.net
> 27 luglio 2026 alle ore 11:08
> Versione Online

eccellenze del Made in Italy. Tra le novità dell'edizione 2026 anche la sfilata delle collezioni finaliste del Concorso Nazionale Professione Moda Giovani Stilisti di CNA Federmoda, presente in fiera anche con uno spazio espositivo dedicato all'incontro tra buyer e nuove collezioni di beachwear, resortwear e accessori.

“I risultati di questa edizione confermano il ruolo centrale di Maredamare nel panorama fieristico internazionale" commenta Alessandro Legnaioli, presidente di Underbeach "La manifestazione continua a crescere e a rinnovarsi, come dimostrano i numeri: quella del 2026 è stata l’edizione con il maggior numero di brand partecipanti degli ultimi anni, con quasi 50 nuove aziende al debutto. L'interesse è stato tale che non siamo riusciti ad accogliere tutti gli espositori che avevano richiesto di partecipare, perché avevamo già raggiunto il limite della capienza. Il forte incremento dei buyer esteri conferma inoltre la crescente attrattività internazionale di Maredamare. È un segnale importante della vitalità del settore e del ruolo strategico che la manifestazione continua a rappresentare per le imprese e per gli operatori del comparto”.

INTERNATIONAL TOP BUYER COCKTAIL BY INTIMAGROUP E MAREDAMARE

Nella ricca agenda di eventi di quest'edizione, grande successo per il Cocktail di Intima Media Group in collaborazione con Underbeach, che nella buyer lounge del salone ha proposto un'occasione di incontro e networking ai buyer italiani e internazionali presenti in fiera. Amplissima la partecipazione dei top retailer dei concorsi Stelle Best Shop Awards e TOP100 Boutique Awards, che tra sorrisi e bollicine hanno avuto il piacere di ritrovare amici e colleghi, sviluppare nuove relazioni e scambiare opinioni con le équipe.

Media partner del salone, anche quest'anno Linea Intima era inoltre presente in fiera con lo stand Intima.magazines, dove ha accolto i professionisti del settore e presentato gli ultimi numeri delle riviste internazionali.

PUBBLICAZIONE: modaglamouritalia.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €0.02
REACH: 24
CATEGORIA DEL SITO WEB: Lifestyle/Fashion and Apparel
VISITE MENSILI: 734.02
AUTORE:
URL: www.modaglamouritalia.com
> 27 luglio 2026 alle ore 18:01
> Versione Online

Maredamare: Cresce sui mercati Internazionali, Buyer esteri in aumento del 70%



Dette nettstedet bruker informasjonskapsler fra Google for å levere tjenester og analysere trafikk. IP-adressen og brukeragenten din deles med Google sammen med ytelses- og sikkerhetsstatistikk for å sikre tjenestekvalitet, generere bruksstatistikk samt oppdage og håndtere uriktig bruk.

PUBBLICAZIONE: MF (ITA)
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Print
AVE: €13870.00
REACH: 98970
AUTORE: Andrea Guolo e Matteo Minà
PAGINA: 19
SUPERFICE: 19.00 %
> 7 agosto 2026 alle ore 0:00

Scenari

Beachwear stabile a 830 milioni di ricavi in Italia

Sui consumi incidono per 166 milioni i turisti stranieri, mentre la donna rappresenta l'80% delle vendite. Sale l'offerta di costumi e accessori brandizzati e l'online fa concorrenza alle boutique.

Andrea Guolo e Matteo Minà

Il mercato italiano del beachwear mostra segni di solidità, con un valore complessivo superiore agli 830 milioni di euro, sostenuto prevalentemente dalla componente femminile e dalla fascia premium. I dati arrivano da **Underbeach**, società che organizza il salone internazionale dedicato a beachwear, resortwear, ed accessori **Maredamare** e da **Aimi-Associazione italiana mare intimo**, che hanno commissionato la prima ricerca dedicata al settore in Italia, realizzata da **Sita ricerca**. Dall'indagine emerge che, nel 2025, i consumi italiani si attestano a un valore complessivo di oltre 664 milioni di euro, in crescita di oltre 29,5 milioni rispetto al 2023 e in sostanziale tenuta rispetto al 2024 (+0,1%). Se a questi numeri si aggiungono i consumi dei turisti in Italia, stimati dagli organizzatori in circa il 166 milioni di euro, il valore complessivo supera gli 830 milioni. La componente femminile incide per l'80% degli acquisti. «Dopo un avvio di stagione 2026 un po' fiacco, su cui ha inciso il maltempo, ora i sell out italiani del comparto sono migliori, anche se l'avvio delle vendite è arrivato a ridosso con i saldi», ha spiegato a *MFF* **Alessandro Legnaioli**, presidente di Underbeach. Tra i multibrand, per il gruppo romagnolo **Julian fashion** presente con le sue insegne a Milano Marittima, Rimini e San Marino, le vendite sono in crescita. «Per la prossima stagione estiva pensiamo di aumentare del 30-40% il budget dedicato a questa categoria di prodotto, considerando anche l'apporto che deriva dalla creazione di eventi», racconta **Sabina Zabberoni**, proprietaria e buyer della società. A Forte dei Marmi, la situazione sembra più complessa secondo l'osservatorio di **Sara Zucchini**, presente nella località della Versilia e a Brescia con l'insegna **Via Fratelli Lombardi 1**. «Ci scontriamo con una stagione sempre più corta e con un eccesso di offerta che è la conseguenza dell'ingresso dei brand del lusso nell'ambito beachwear e delle politiche aggressive dei grandi gruppi specializzati». Ed è una situazione a corrente alternata quella che descrive **Filippo Castagnoli** dal suo osservatorio composto da un negozio multibrand come **Truky** e un monomarca come **F**k** entrambi a Cervia, località dove lo stesso gestisce un beach club (**Sarabi beach**). «Nel multimarca le vendite di beachwear risultano in flessione mentre nel monomarca stanno accelerando, probabilmente grazie alla forza di questa collezione estiva e al peso oggi rappresentato non solo dai costumi, ma anche dagli accessori per la spiaggia». (riproduzione riservata)



Un'immagine Maredamare

PUBBLICAZIONE: MF Fashion
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Print
AVE: €13870.00
REACH: 98970
AUTORE: N.D.
PAGINA: 1
SUPERFICE: 19.00 %
> 7 agosto 2026 alle ore 0:00

Scenari

Beachwear stabile a 830 milioni di ricavi in Italia

Sui consumi incidono per 166 milioni i turisti stranieri, mentre la donna rappresenta l'80% delle vendite. Sale l'offerta di costumi e accessori brandizzati e l'online fa concorrenza alle boutique. **Andrea Guolo e Matteo Minà**

Il mercato italiano del beachwear mostra segni di solidità, con un valore complessivo superiore agli 830 milioni di euro, sostenuto prevalentemente dalla componente femminile e dalla fascia premium. I dati arrivano da **Underbeach**, società che organizza il salone internazionale dedicato a beachwear, resortwear, ed accessori **Maredamare** e da **Aimi-Associazione italiana mare intimo**, che hanno commissionato la prima ricerca dedicata al settore in Italia, realizzata da **Sita ricerca**. Dall'indagine emerge che, nel 2025, i consumi italiani si attestano a un valore complessivo di oltre 664 milioni di euro, in crescita di oltre 29,5 milioni rispetto al 2023 e in sostanziale tenuta rispetto al 2024 (+0,1%). Se a questi numeri si aggiungono i consumi dei turisti in Italia, stimati dagli organizzatori in circa il 166 milioni di euro, il valore complessivo supera gli 830 milioni. La componente femminile incide per l'80% degli acquisti. «Dopo un avvio di stagione 2026 un po' fiacco, su cui ha inciso il maltempo, ora i sell out italiani del comparto sono migliori, anche se l'avvio delle vendite è arrivato a ridosso con i saldi», ha spiegato a *MFF* **Alessandro Legnaioli**, presidente di Underbeach. Tra i multibrand, per il gruppo romagnolo **Julian fashion** presente con le sue insegne a Milano Marittima, Rimini e San Marino, le vendite sono in crescita. «Per la prossima stagione estiva pensiamo di aumentare del 30-40% il budget dedicato a questa categoria di prodotto, considerando anche l'apporto che deriva dalla creazione di eventi», racconta **Sabina Zabberoni**, proprietaria e buyer della società. A Forte dei Marmi, la situazione sembra più complessa secondo l'osservatorio di **Sara Zucchini**, presente nella località della Versilia e a Brescia con l'insegna **Via Fratelli Lombardi 1**. «Ci scontriamo con una stagione sempre più corta e con un eccesso di offerta che è la conseguenza dell'ingresso dei brand del lusso nell'ambito beachwear e delle politiche aggressive dei grandi gruppi specializzati». Ed è una situazione a corrente alternata quella che descrive **Filippo Castagnoli** dal suo osservatorio composto da un negozio multibrand come **Truky** e un monomarca come **F**k** entrambi a Cervia, località dove lo stesso gestisce un beach club (**Sarabi beach**). «Nel multimarca le vendite di beachwear risultano in flessione mentre nel monomarca stanno accelerando, probabilmente grazie alla forza di questa collezione estiva e al peso oggi rappresentato non solo dai costumi, ma anche dagli accessori per la spiaggia». (riproduzione riservata)



Un'immagine Maredamare

PUBBLICAZIONE: Milanofinanza.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €2247.81
REACH: 250034
CATEGORIA DEL SITO WEB: Finance/Finance
VISITE MENSILI: 7601060.59
AUTORE: MF Milano Finanza
URL: www.milanofinanza.it
> 7 agosto 2026 alle ore 2:02
> Versione Online

Beachwear stabile a 830 milioni di ricavi in Italia



Aggiungi Milano Finanza alle tue fonti preferite su Google per non perderti i nostri contenuti

Il mercato italiano del beachwear mostra segni di solidità, con un valore complessivo superiore agli 830 milioni di euro, sostenuto prevalentemente dalla componente femminile e dalla fascia premium. I dati arrivano da Underbeach, società che organizza il salone internazionale dedicato a beachwear, resortwear, ed accessori Maredamare e da Aimi-Associazione italiana mare intimo, che hanno commissionato la prima ricerca dedicata al settore in Italia, realizzata da Sita ricerca. Dall'indagine emerge che, nel 2025, i consumi italiani si attestano a un valore complessivo di oltre 664 milioni di

PUBBLICAZIONE: Milanofinanza.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €2247.81
REACH: 250034
CATEGORIA DEL SITO WEB: Finance/Finance
VISITE MENSILI: 7601060.59
AUTORE: MF Milano Finanza
URL: www.milanofinanza.it
> 7 agosto 2026 alle ore 2:02
> Versione Online

euro, in crescita di oltre 29,5 milioni rispetto al 2023 e in sostanziale tenuta rispetto al 2024 (+0,1%). Se a questi numeri si aggiungono i consumi dei turisti in Italia, stimati dagli organizzatori in circa il 166 milioni di euro, il valore complessivo supera gli 830 milioni. La componente femminile incide per l'80% degli acquisti. «Dopo un avvio di stagione 2026 un po' fiacco, su cui ha inciso il maltempo, ora i sell out italiani del comparto sono migliori, anche se l'avvio delle vendite è arrivato a ridosso con i saldi», ha spiegato a MFF Alessandro Legnaioli, presidente di Underbeach. Tra i multibrand, per il gruppo romagnolo Julian fashion presente con le sue insegne a Milano Marittima, Rimini e San Marino, le vendite sono in crescita. «Per la prossima stagione estiva pensiamo di aumentare del 30-40% il budget dedicato a questa categoria di prodotto, considerando anche l'apporto che deriva dalla creazione di eventi», racconta Sabina Zabberoni, proprietaria e buyer della società. A Forte dei Marmi, la situazione sembra più complessa secondo l'osservatorio di Sara Zucchini, presente nella località della Versilia e a Brescia con l'insegna Via Fratelli Lombardi 1. «Ci scontriamo con una stagione sempre più corta e con un eccesso di offerta che è la conseguenza dell'ingresso dei brand del lusso nell'ambito beachwear e delle politiche aggressive dei grandi gruppi specializzati». Ed è una situazione a corrente alternata quella che descrive Filippo Castagnoli dal suo osservatorio composto da un negozio multibrand come Truky e un monomarca come F**k entrambi a Cervia, località dove lo stesso gestisce un beach club (Sarabi beach). «Nel multimarca le vendite di beachwear risultano in flessione mentre nel monomarca stanno accelerando, probabilmente grazie alla forza di questa collezione estiva e al peso oggi rappresentato non solo dai costumi, ma anche dagli accessori per la spiaggia». (riproduzione riservata)

PUBBLICAZIONE: Msn (Italia)
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €230020.20
REACH: 15863462
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 482249251.18
AUTORE:
URL: www.msn.com
> 7 agosto 2026 alle ore 15:26
> Versione Online

Beachwear stabile a 830 milioni in Italia

Andrea Guolo e Matteo Minà

Il mercato italiano del beachwear mostra segni di solidità, con un valore complessivo superiore agli 830 milioni di euro, sostenuto prevalentemente dalla componente femminile e dalla crescita della fascia premium. I dati arrivano da Underbeach , società che organizza il salone internazionale dedicato a beachwear, resortwear, ed accessori Maredamare e da Aimi-Associazione italiana mare intimo , che hanno commissionato la prima ricerca dedicata al settore in Italia, realizzata da Sita ricerca . Uno studio presentato alla vigilia dell'edizione 2026 della fiera, di fatto l'unico appuntamento al mondo nel segmento di fascia alta, in scena a Firenze dal 18 al 20 luglio scorsi con oltre 250 brand internazionali, di cui 50 nuovi ingressi.

Dall'indagine emerge che, nel 2025, i consumi italiani di beachwear si attestano a un valore complessivo di oltre 664 milioni di euro, in crescita di oltre 29,5 milioni rispetto al 2023 e in sostanziale tenuta rispetto al 2024 (+0,1%). Se a questi numeri si aggiungono i consumi dei turisti in Italia, stimati dagli organizzatori in circa il 166 milioni di euro, il valore complessivo supera gli 830 milioni. La componente femminile incide per l'80% degli acquisti. A livello di mercato europeo il beachwear si attesta invece intorno ai 23 miliardi di euro, con proiezioni di forte crescita che stimano il superamento dei 35 miliardi di euro entro il 2032 (fonte: Zion market research). Anche in questo caso la maggioranza delle vendite riguarda il comparto donna, con oltre il 70%. Il bikini rimane il modello più acquistato, seguito dal costume intero, sempre più usato e costruito come body da usare anche fuori dalla spiaggia. Sempre dai dati diffusi da Underbeach, emerge che a trainare le vendite sono i negozi fisici, che nel beachwear mantengono un ruolo più centrale rispetto alla moda, con l'e-commerce che pesa il 15%, rispetto ad oltre il 20% nell'abbigliamento. Inoltre, in controtendenza rispetto all'Europa dove domina il mass-market, in Italia il consumatore sembra preferire il multimarca specializzato e la boutique (+0,9% nel 2025 rispetto al 2023), a fronte della tenuta, nello stesso periodo, delle catene monomarca (che rappresentano comunque nel 2025 il 54,4% del mercato contro il 30,7% dei multibrand). Altro dato significativo è la crescita della fascia premium del prodotto, quella con costumi sopra i 130 euro di prezzo. Tra il 2023 e il 2025 il segmento ha registrato un incremento dell'11,3% a valore, più del doppio rispetto all'intero mercato (+4,7%). A trainare questa dinamica sono soprattutto gli acquisti dei turisti, l'80% dei quali si attesta sulla fascia premium. Sempre nella nota, Underbeach indica che, accanto al beachwear, cresce il peso del resortwear, l'abbigliamento di fascia alta dedicato alle vacanze e al tempo libero nelle località turistiche, come kaftani di seta, abiti lunghi in lino, calzature e accessori. Sebbene non esistano rilevazioni ufficiali dedicate a questo segmento, l'incrocio di dati sul retail moda, sul turismo di alta gamma e sui mercati internazionali consente di stimarne un valore compreso tra 700 e 900 milioni di euro. Considerando insieme beachwear e resortwear, il valore complessivo dell'abbigliamento mare in Italia può essere quindi stimato tra 1,4 e 1,7 miliardi di euro, mentre il segmento premium, che intercetta gran parte del mercato resortwear, raggiunge un valore compreso tra 800 e 900 milioni di euro.

Tornando alla ricerca e considerando i flussi fuori dai confini italiani, l'export di beachwear 2025 ha raggiunto 235 milioni di euro (-1,4% di cui +1,3% verso l''Ue, -6,5% verso extra-Ue) e con mercati principali Usa, Francia, Germania, Spagna e Emirati Arabi Uniti. Sempre nel 2025 si è registrato un

PUBBLICAZIONE: Msn (Italia)
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €230020.20
REACH: 15863462
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 482249251.18
AUTORE:
URL: www.msn.com
> 7 agosto 2026 alle ore 15:26
> Versione Online

calo del 13,9% delle importazioni dai paesi europei. Parallelamente alla crescita del mercato interno, il dato sembrerebbe indicare una ripresa della produzione tessile in Italia, con un potenziamento della filiera made in Italy. L'import extra-Ue (+2,5%) rimane invece ad appannaggio quasi esclusivo delle grandi catene e del mass-market.

«Dopo un avvio di stagione 2026 un po' fiacco, su cui ha inciso il maltempo, ora i sell out italiani del comparto sono migliori, anche se l'avvio delle vendite è arrivato a ridosso con i saldi», ha spiegato a MFF Alessandro Legnaioli , presidente di Underbeach, proseguendo: «Per questo noi cerchiamo di spronare i retailer a iniziare le vendite già nei mesi invernali e rinnoviamo il nostro impegno alla formazione per accompagnare i negozianti nello sviluppo del proprio business, per fidelizzare e acquisire nuovi clienti».

L'imprenditore ha poi parlato dello sviluppo di Aimi, nata a febbraio scorso per dare voce alle necessità delle aziende del comparto, fungendo da tavolo di interazione e sviluppo per l'intera filiera produttiva. «Abbiamo già 18 aziende associate, che generano un fatturato di oltre 100 milioni di euro con 550 dipendenti, e puntiamo a raggiungere quota 40-50 iscritti entro l'anno. La volontà è quella di fare rete, perché singolarmente non c'è futuro, e aumentare la visibilità del settore, tra intimo e mare, poco considerato a livello istituzionale, ma che in Italia vale tra i 4,5 e 4,7 miliardi di euro». Tra i retailer multibrand, per il gruppo romagnolo Julian fashion presente con le sue insegne a Milano Marittima, Rimini e San Marino, le vendite di beachwear sono in crescita. «Per la prossima stagione estiva pensiamo di aumentare del 30-40% il budget dedicato a questa categoria di prodotto, considerando anche l'apporto che deriva dalla creazione di eventi», racconta Sabina Zabberoni , proprietaria e buyer della società. La quale aggiunge: «Funziona molto bene il costume classico e anche il prodotto fuori-acqua. I consumatori si stanno spostando sempre più dai marchi specializzati alle linee beachwear dei top brand della moda. È un comparto dalla buona redditività e sul quale stiamo investendo».

A Forte dei Marmi, la situazione sembra più complessa secondo l'osservatorio di Sara Zucchini , presente nella località più glamour della Versilia e a Brescia con l'insegna Via Fratelli Lombardi 1 che è focalizzata sul prodotto di fascia alta made in Italy. «Ci scontriamo con una stagione sempre più corta e con un eccesso di offerta che è la conseguenza dell'ingresso dei brand del lusso nell'ambito beachwear e delle politiche aggressive dei grandi gruppi specializzati nel prodotto da mare. Con il tempo ho fatto selezione, perché non voglio lavorare con marchi che operano online spingendo sulla leva del prezzo e poi magari si rivolgono ai negozi per piazzare le proprie rimanenze. Inoltre, noto una certa stanchezza stilistica e un mancato rinnovo dei colori. In una piazza come Forte dei Marmi, è difficile riuscire a vendere se manca l'innovazione del prodotto». Zucchini aggiunge che: «Il beachwear è un prodotto dalla vendita lunga e difficile, occupa molto spazio all'interno dei negozi e spesso comporta operazioni di sartoria richieste dalla cliente. Tutto questo avviene mentre l'online propone prezzi distanti da quelli necessari per poter marginare. Oggi il brand deve scegliere se vuole giocare con il retail o contro il retail».

Ed è una situazione a corrente alternata quella che descrive Filippo Castagnoli dal suo osservatorio composto da un negozio multibrand come Truky e un monomarca come F**k entrambi a Cervia, località dove lo stesso Castagnoli gestisce un beach club (Sarabi beach). «Nel multimarca le vendite di beachwear risultano in flessione mentre nel monomarca stanno accelerando, probabilmente grazie alla forza di questa collezione estiva e al peso oggi rappresentato non solo dai costumi, ma anche dagli accessori per la spiaggia. Sarebbe molto interessante poter vendere il

PUBBLICAZIONE: Msn (Italia)
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €230020.20
REACH: 15863462
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 482249251.18
AUTORE:
URL: www.msn.com
> 7 agosto 2026 alle ore 15:26
> Versione Online

beachwear all'interno del nostro beach club, che ha lanciato una propria linea di accessori, ma dobbiamo ricorrere al multimarca o all'online perché per regolamento non è possibile aprire un negozio all'interno della concessione». (riproduzione riservata)