

**RASSEGNA STAMPA
EUROJERSEY
DAL 28 GIUGNO AL 01 AGOSTO
2025**



Sky high



Tech Print in GOTS¹ certified organic cotton

Sensitive® Fabrics by Eurojersey in GRS³ certified Econyl® yarn

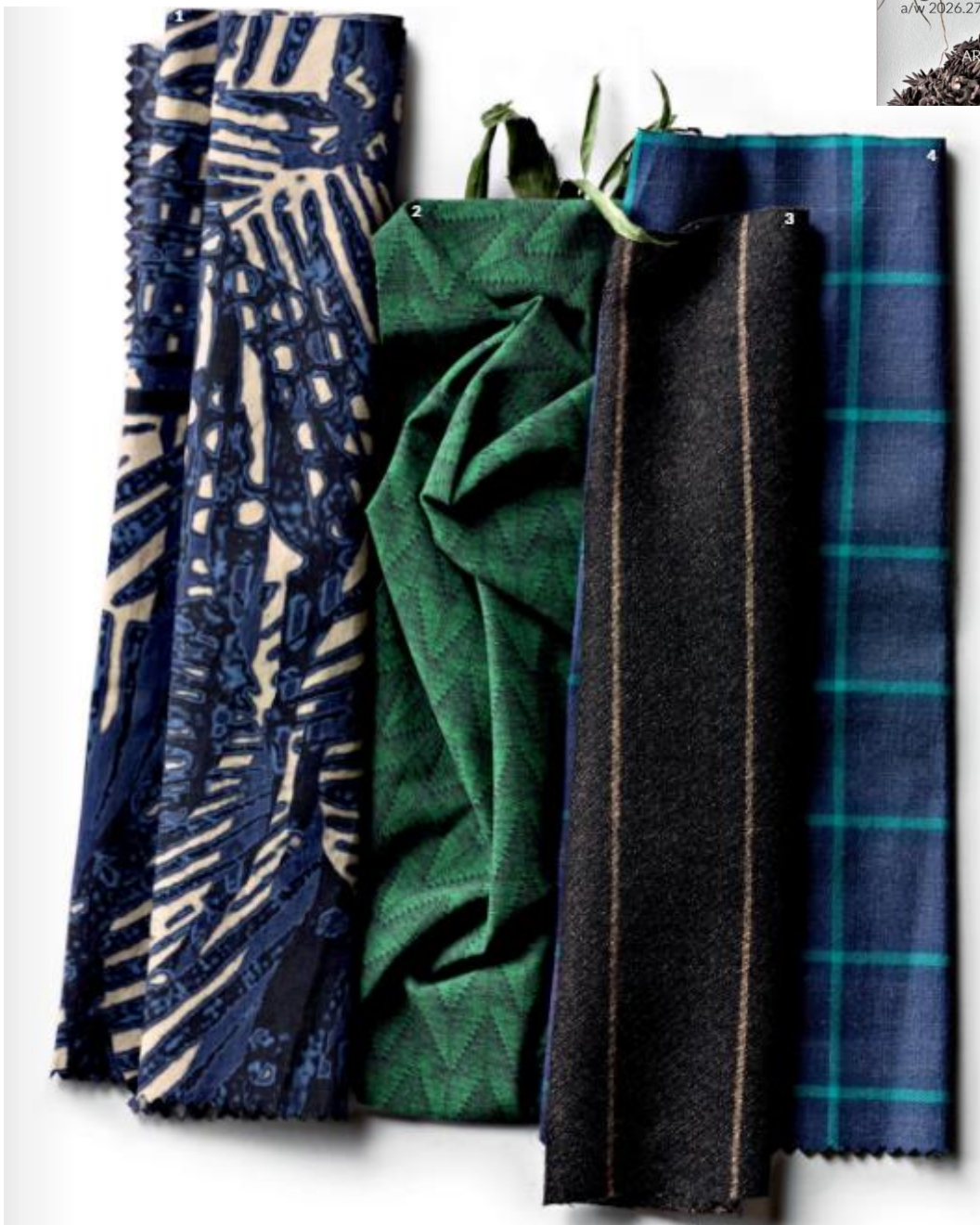
Lanificio TG di Fabio mulesing free and GRS³ and Oeko-Tex® Standard 100 certified on demand
Canclini1925 in OCS² certified cotton on demand

Tech Print in cotone biologico certificato GOTS¹

Sensitive® Fabrics by Eurojersey in filato Econyl® certificato GRS³

Lanificio TG di Fabio mulesing free e certificato GRS³ e Oeko-Tex® Standard 100 on demand
Canclini1925 in cotone certificato OCS² on demand

SENSITIVE – Sensitive® Fabrics _Eurojersey
ITALIA – ZOOM ON FASHION TRENDS - GIUGNO 2025
Period: SEMESTRALE



THE FLAIR EDITION: LA NUOVA COLLEZIONE READY-TO-WEAR FIRMATA EUROJERSEY

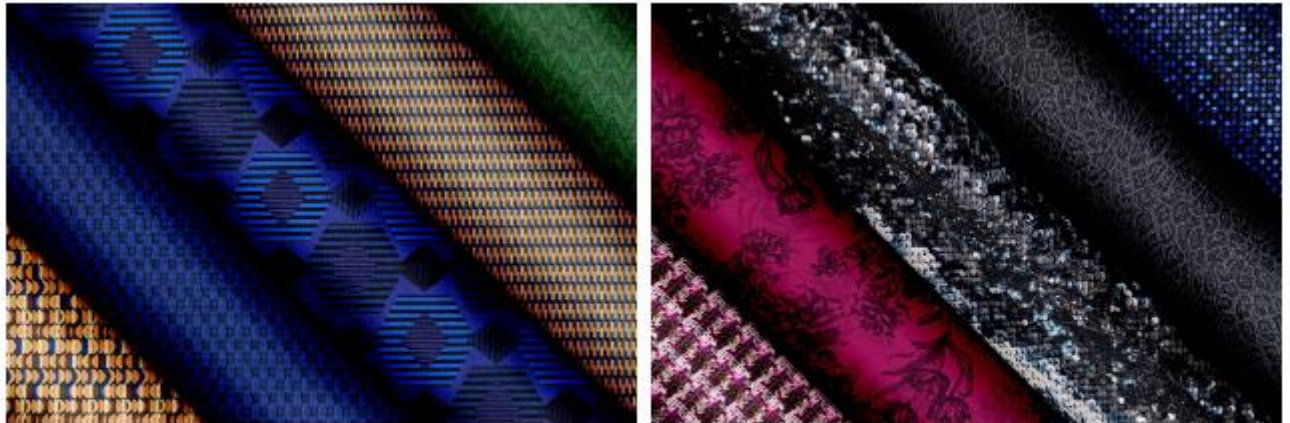
SCRITTO IL 29 GIUGNO 2025. PUBBLICATO IN BLOG, TENDENZE, TESSUTI.

EUROJERSEY presenta “*The Flair Edition*”, la nuova collezione di tessuti Sensitive® Fabrics pensata per la stagione Autunno-Inverno 2026/27. Un progetto che unisce tecnologia, estetica e funzionalità per creare capi ready-to-wear capaci di accompagnare chi li indossa con stile, comfort e praticità in ogni momento della giornata. Al centro della collezione c'è l'innovativo concetto di tessuti Sensitive®, materiali tecnologici e performanti con un'elasticità tridimensionale che segue ogni movimento del corpo, garantendo una vestibilità impeccabile e il massimo comfort. Questi tessuti sono inguicibili, indeformabili e antipiega, caratteristica che li rende perfetti per una vita dinamica e frenetica. Inoltre, sono facili da curare: possono essere lavati in lavatrice, asciugano rapidamente e non richiedono stiratura, mantenendo sempre un aspetto fresco e ordinato. La traspirabilità li rende adatti a tutte le stagioni.

La collezione “*The Flair Edition*” si articola in tre linee principali, ognuna con un'identità precisa, pensata per rispondere alle diverse esigenze di stile di chi vive la moda con personalità e creatività. **Clever Classics**: un equilibrio tra tradizione sartoriale e modernità urbana. I tessuti si ispirano ai classici tagli tailoring, con colori neutri e stampe sofisticate come gessati e righe, per un look versatile e senza tempo. **Retro Cult** un omaggio agli anni '70 con colori vivaci, motivi geometrici e uno spirito sportivo-chic. Fantasie audaci e texture dinamiche creano outfit energici e pieni di personalità. **Unforgettable Time**: una celebrazione dell'eleganza Art Déco rivisitata in chiave contemporanea, con tessuti preziosi impreziositi da dettagli glam come paillettes, pizzi e animalier. Una proposta sofisticata e femminile per occasioni speciali.

Con “*The Flair Edition*” EUROJERSEY porta avanti la sua missione di innovazione nel settore tessile, offrendo soluzioni capaci di soddisfare le esigenze di un pubblico sempre più attento alla qualità, al design e alla praticità. La collezione è pensata per accompagnare una quotidianità moderna, fatta di impegni, viaggi e momenti di relax, senza mai perdere un tocco di stile. In un mondo che chiede abbigliamento versatile e performante, i tessuti Sensitive® si affermano come un passepartout ideale, capaci di coniugare estetica, sostenibilità e tecnologia.

SENSITIVE – Sensitive[®] Fabrics _Eurojersey
ITALIA – THESTYLELIFT.COM – 29 GIUGNO 2025
Period: WEB

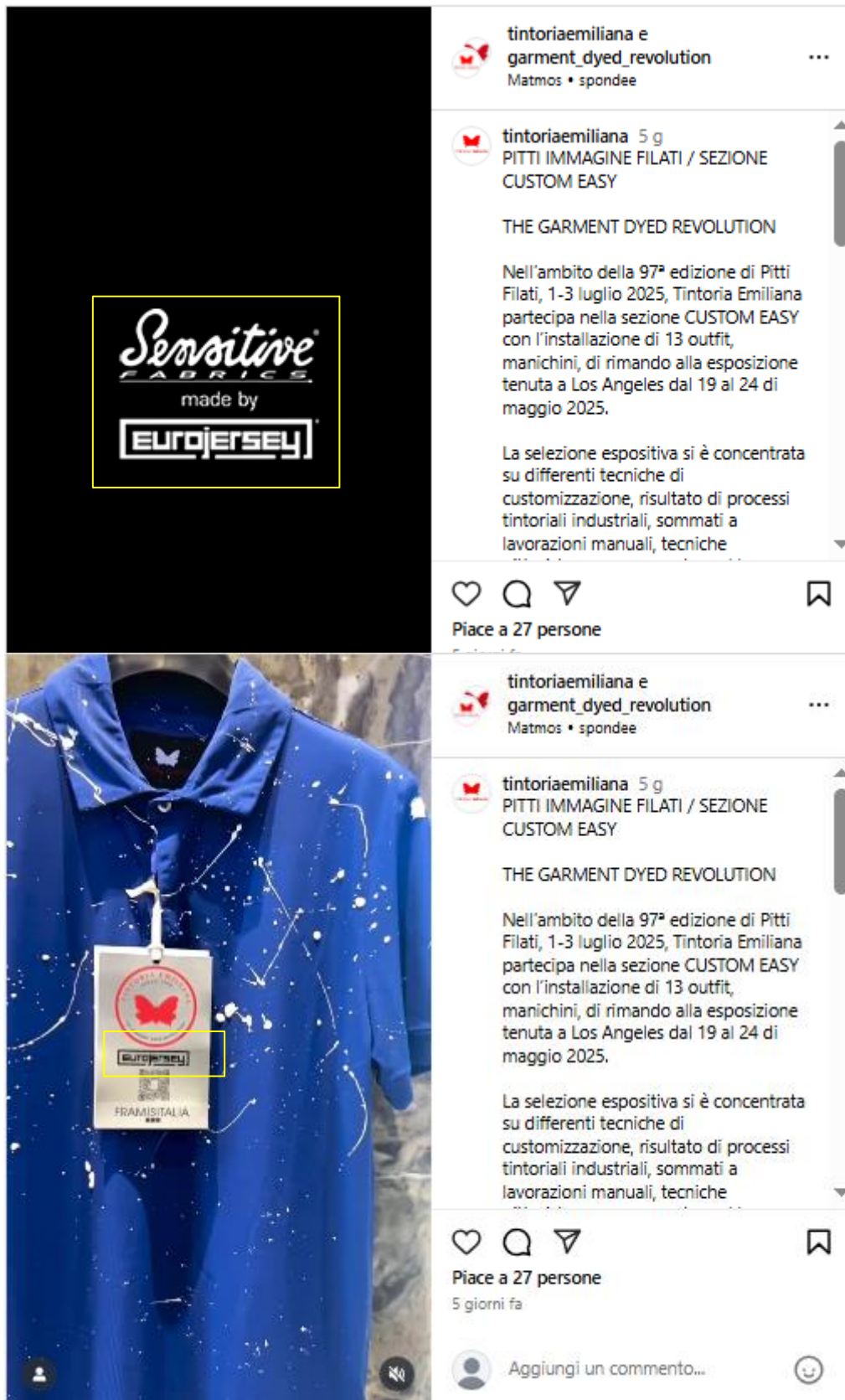


da sinistra in foto: Retro Cult — Sensitive[®] Fabrics, AW26/27; Unforgettable Time — Sensitive[®] Fabrics, AW26/27

SENSITIVE – Sensitive® Fabrics _Eurojersey

INSTAGRAM – TINTORIAEMILIANA E GARMENT_DYED_REVOLUTION – 29 GIUGNO 2025

Period: WEB





Les mots-clés du vestiaire nomade

Faire sa valise relève souvent d'un délicat équilibre entre style, confort et praticité. L'essentiel est de miser sur des pièces polyvalentes, légères et pensées pour bouger, sans compromettre le style. Une garde-robe de voyage bien pensée conjugue élégance maîtrisée et liberté de mouvement.

Matières smart

Le choix des matières est primordial : des tissus respirants, qui évacuent l'humidité et séchent rapidement, légères, pour minimiser l'encombrement, infroissables, toujours impeccables et sans besoin de repassage. En général, les textiles techniques à base de fibres synthétiques comme le polyester ou le polyamide offrent une durabilité remarquable sans sacrifier le confort. C'est le cas des tissus indémaillables

Sensitive Fabrics by Eurojersey, reconnus pour leurs performances et adoptés dans des capsules travelwear, notamment par des marques de lingerie et balnéaire..



Eurojersey habille l'été

Fonctionnalité, style, polyvalence, confort : les tissus Sensitive Fabrics rythment les vacances avec élégance et praticité. Les atouts techniques – protection SPF 50+, séchage rapide, transpirabilité – sont exaltés par l'expertise Eurojersey dans l'impression digitale haute définition, pour un rendu 3D saisissant, illustré dans les 3 thèmes de l'été 2027 : Pool Party, un plongeon dans l'atmosphère de Miami, entre géométries et floraux colorés ; Retro Riviera, l'élégance inspirée de la céramique italienne ; Sunset Vibes, l'ethnique et l'animalier un brin graphique. Pertinent, le choix de poids (de 80g/m² à 300g/m²) permet toutes les créations, des maillots techniques à la mode plage aérienne... sous un angle total look.





Le stampe per il total look estivo di **Eurojersey**

Funzionalità, stile, versatilità e comfort: i tessuti Sensitive Fabrics vestono l'estate con eleganza e praticità. I plus tecnici – protezione SPF 50+, asciugatura rapida, traspirabilità – incontrano qui l'expertise di Eurojersey nella stampa digitale ad alta definizione, con effetti 3D di forte impatto, e si declinano con brio nei tre temi dell'estate 2027: Pool Party, un tuffo nell'atmosfera di Miami tra geometrie e fiori dai colori vivaci; Retro Riviera, l'eleganza ispirata alla ceramica italiana; Sunset Vibes, un mood etnico e animalier con accenti grafici. Sottolineiamo come la varietà dei pesi (da 80 gr/mq a 300 gr/mq) consenta di declinare la creatività dai costumi tecnici alla moda mare/resort in un'ottica total look.





SENSITIVE – Sensitive® Fabrics _Eurojersey
ITALIA – WWD – 01 LUGLIO 2025
Period: SETTIMANALE

24

WWD TEXTILE SPOTLIGHT

Textile-makers Highlight Trends for Fall 2026

The yarns and fabrics for fall 2026 are expected to feature soft textures in a palette of earthy tones with touches of red, pink and blue.

BY ANDREA ONATE AND MARTINO CARRERA

MILAN – Textile producers preparing to enter the trade show season are ready to present fall 2026 collections that are filled with soft, sustainable and technical yarns and fabrics.

Here, a roundup of the key fabrics and trends.

Eurojersey's Sensitive are stretch technical warp-knitted fabrics. Breathable, wrinkle-free and providing a strong resistance to pilling, extra comfort and easy care, they are ideal for clothing such as dresses, shirts, trousers and jackets. The fabrics are "Made Green in Italy" certified by the Italian Ministry of the Environment and Energy Security, which evaluates the environmental footprint of products through the PEF, or Product Environmental Footprint, method recommended by the European commission.



FASHION / TEXTILES

Textile-makers Highlight Trends for Fall 2026

The yarns and fabrics for fall 2026 are expected to feature soft textures in a palette of earthy tones with touches of red, pink and blue.

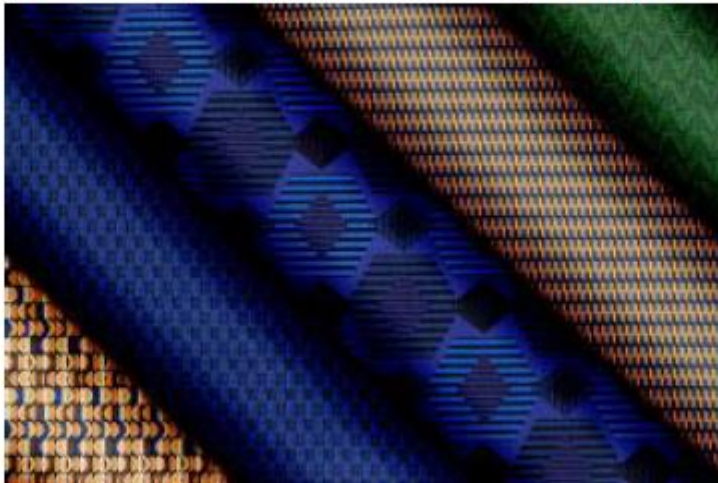
By **ANDREA ONATE, MARTINO CARRERA**

JULY 1, 2025, 12:00AM

MILAN — Textile producers preparing to enter the trade show season are ready to present fall 2026 collections that are filled with soft, sustainable and technical yarns and fabrics.

Here, a roundup of the key fabrics and trends.

Eurojersey's Sensitive are stretch technical warp-knitted fabrics. Breathable, wrinkle-free and providing a strong resistance to pilling, extra comfort and easy care, they are ideal for clothing such as dresses, shirts, trousers and jackets. The fabrics are "Made Green in Italy" certified by the Italian Ministry of the Environment and Energy Security, which evaluates the environmental footprint of products through the PEF, or Product Environmental Footprint, method recommended by the European commission.



Eurojersey's Sensitive fabrics Courtesy of Eurojersey

Tessile ancora in attesa di ritrovare lo slancio. In difficoltà i tessuti lanieri e serici

Di Laura Bittau — 02 Lug 2025



Cala il sipario su un 2024 particolarmente complesso per il mondo di tessuti e filati. Ancora in attesa dell'anelato giro di boa che porterà alla ripresa, l'ultima annata del comparto tricolore è stata adombrata da nuove incognite, dall'inasprimento dei conflitti geopolitici alla crisi della Cina, sfociando in un 2025 ulteriormente incupito dallo spettro dei dazi statunitensi che rischiano di sparigliare le carte sul tavolo di equilibri ormai consolidati. E il vento del 'new normal', dopo i fasti del post-Covid che avevano fatto lievitare ricavi e margini, continua a soffiare attraversando tutta la filiera, da monte a valle.

È emerso un trend di generale flessione dalla consueta analisi condotta da Pambianco sui fatturati 2024 di dieci tra i principali player del settore di tessuti e filati. I ricavi del campione preso in esame dallo studio si sono attestati quasi a quota 1,6 miliardi di euro, in calo del 9% sull'anno precedente, in cui il medesimo cluster arrivava a oltre 1,7 miliardi. Si tratta di un arretramento che si mantiene single digit ma è significativo nel mettere in luce una tendenza improntata all'affaticamento – ormai da tempo, a ben guardare – per il comparto manifatturiero, investito da moti di assestamento che interessano l'intera fashion industry ma risuonano, in particolare, a monte della filiera. L'andamento negativo ha interessato anche il podio del campione, con la posizione di capofila anche quest'anno ricoperta dal Gruppo Marzotto, con ricavi ammontati a 306 milioni di euro, contro i precedenti 370.

Un risultato di oneri e onori che, sebbene assicuri al colosso tricolore del tessile il ruolo di imbattuto in classifica in termini assoluti, gli conferisce anche quello di una delle aziende (la seconda nel nostro ranking) che hanno accusato il calo più sensibile (-17,3 per cento). La seconda posizione si riconferma anch'essa ricoperta dal Gruppo Carvico, che si è però limitato a un calo molto contenuto rispetto all'anno precedente (-1,7 per cento). La holding, Finanziaria Il Belvedere Spa, che controlla Carvico Spa, Eurojersey e Jersey Lomellina, ha infatti messo a segno ricavi complessivi per 286 milioni di euro, contro i precedenti 291. Una decrescita che appare quasi flat rispetto al calo di oltre il 21% accusato nel 2023, sull'ipetrofia del 2022 post-Covid. Medaglia d'argento per Limonta, a quota 176 milioni, unica azienda in crescita, sebbene a una sola cifra, sui 171 milioni del 2023 (+2,9 per cento).

10 best superhero TV show costumes that make saving the world look stylish

By [Rajarshi Deb](#) | Published Jul 07, 2025 06:02 ET

5. Suit of Melissa Benoist (Supergirl)



Supergirl costume - One of the best superhero TV show costumes | Image via Prime Video

Colleen Atwood, an Oscar-winning costume designer, created Melissa Benoist's initial *Supergirl* costume. The suit is designed with a red cape, blue bodice, and the more glaring symbol, which is known as the famous S emblem. It is made of **Eurojersey** material to be flexible, and its undersuit is a hidden one that helps the cape to stick to it.

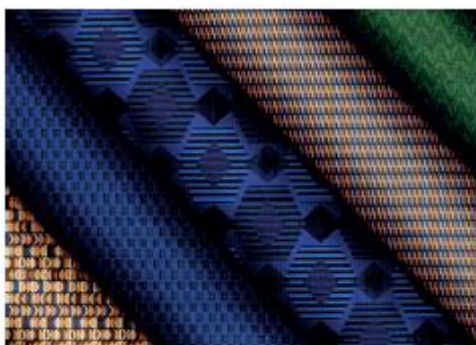
One of the fashionable moments occurred in Season 1, when Kara saves a jet that was about to crash. The cape moves just the way it should when she flies through the air, and the only visible part of the suit that would not blow against Superman stands out in the sun. This sequence revealed how a superhero TV show costume may highlight strength and grace. Kara looked the part of a superhero due to the bright colors of the suit, which looked clean. It is an ensemble that honors hope and portrays her as a true symbol of justice.



LE COLLEZIONI FW26/27 FANNO UN PASSO AVANTI NELLA RICERCA

Dall'intelligenza delle mani, della creatività e della tecnologia nascono filati e tessuti qualitativamente evoluti. I pesi si alleggeriscono, le superfici si movimentano e i controlli lungo le fasi di lavorazione si intensificano, per realizzare materiali con un quid di performance e raffinatezza in più

A CURA DI ALESSANDRA BIGOTTA



EUROJERSEY

Grazie a un'elasticità tridimensionale, i Sensitive Fabrics di Eurojersey sono ingualcibili, indemagliabili e easy care. Tre i temi della FW26/27: "Clever Classics", ispirato alla sartorialità; "Retro Cult", tra anni '70 e outdoor; "Unforgettable Time", un tuffo nell'Art Déco riletta in chiave moderna ed eco-friendly..



OLTRE LA MODA C'E DI PIU: NUOVE FRONTIERE PER I TESSUTI TECNICI

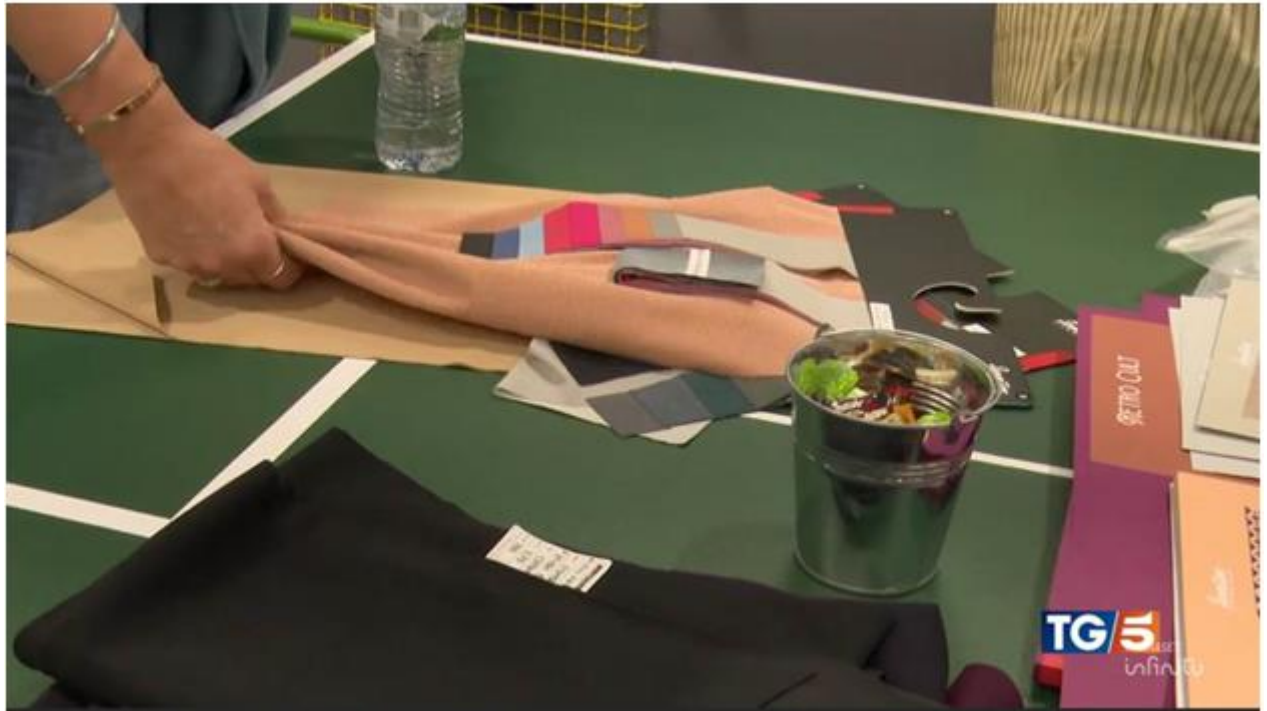
Pur essendo di nicchia, il settore del tessile tecnico tiene botta agli up and down del mercato. E grazie ai suoi innumerevoli campi di applicazione end-use apre nuove prospettive alle aziende italiane, che in Europa detengono la leadership produttiva

DI ANGELA TOVAZZI

Dici tessuto tecnico e immediatamente il pensiero va all'abbigliamento sportivo e all'activewear, in grado di assicurare alte prestazioni. Vero, ma riduttivo. Sotto il cappello di tessile tecnico si celano innumerevoli possibilità applicative, che spalancano alle aziende dotate del necessario know how nuove praterie di sperimentazione. **Mauro Sampellegrini**, dirigente area Ricerca Innovazione Sostenibilità di **Confindustria Moda**, parla di un settore che tiene, nonostante i venti contrari del mercato, e dove l'Italia recita un ruolo da protagonista, visto che a livello europeo si piazza come primo produttore: «**Nel 2024 ha generato un fatturato di circa 7 miliardi di euro, solo in leggerissimo calo, pari allo 0,5%, rispetto al 2023, facendo leva su più di 27mila addetti distribuiti in circa 2.800 aziende, molte delle quali piccole ma ad alta specializzazione**». Oltre allo sport e al workwear, la destinazione d'uso dei tessuti tecnici sta diventando sempre più variegata, parallelamente con lo sviluppo della ricerca e dell'innovazione, alzando l'asticella delle performance. «Quello tecnico è un tessuto funzionalizzato - spiega Sampellegrini nel senso che deve "funzionare" e "fare" qualcosa: proteggere, rinforzare, traspirare, filtrare, trasportare, separare, contenere, sostenere». Ma non solo. **«In grande sviluppo sono anche gli smart textile, con sensori inseriti all'interno dei tessuti, che possono monitorare i parametri corporei e diventare così vettori di informazione** in spedizioni estreme, in ambito medicale, militare o aerospaziale». Qualche esempio: **RadiciGroup**, dopo aver realizzato la prima tuta spaziale di simulazione analogica (insieme a **Eurojersey**, **Vaglotex** e **Defra**) per la missione Space Medicine Operations, porta a **Milano Unica** il nuovissimo **Radilon Enjoy**. Come informa **Bernardo Staiano**, General Manager **RadiciGroup Advanced Textile Solutions**, si tratta di un filato in poliammide realizzato con un additivo bioceramico che emette sul corpo umano (grazie all'energia termica ricevuta) raggi infrarossi, capaci di stimolare nello strato sottocutaneo cellule e tessuti, migliorando l'elasticità muscolare. Anche **Senfa-Cilander** (divisione di **Chargeurs Pcc**) fornisce soluzioni hi-tech che spaziano in diversi settori: «Nei mercati della difesa e del navale - precisa la general manager **Laure Sénéquier-Crozet** - offriamo soluzioni come mimetizzazione a infrarossi, protezione dal fuoco e dal calore, leggerezza, impermeabilità e alta resistenza allo strappo e all'abrasione, mentre in quello dell'architettura stiamo lavorando su protezione dai raggi Uv, certificazioni antincendio e assorbimento acustico».

**RICAVI
NEL 2024**

7 MLD €



SENSITIVE – Sensitive® Fabrics _Eurojersey

INSTAGRAM – GARMENT_DYED_REVOLUTION E TINTORIAEMILIANA– 08 LUGLIO 2025

Period: WEB



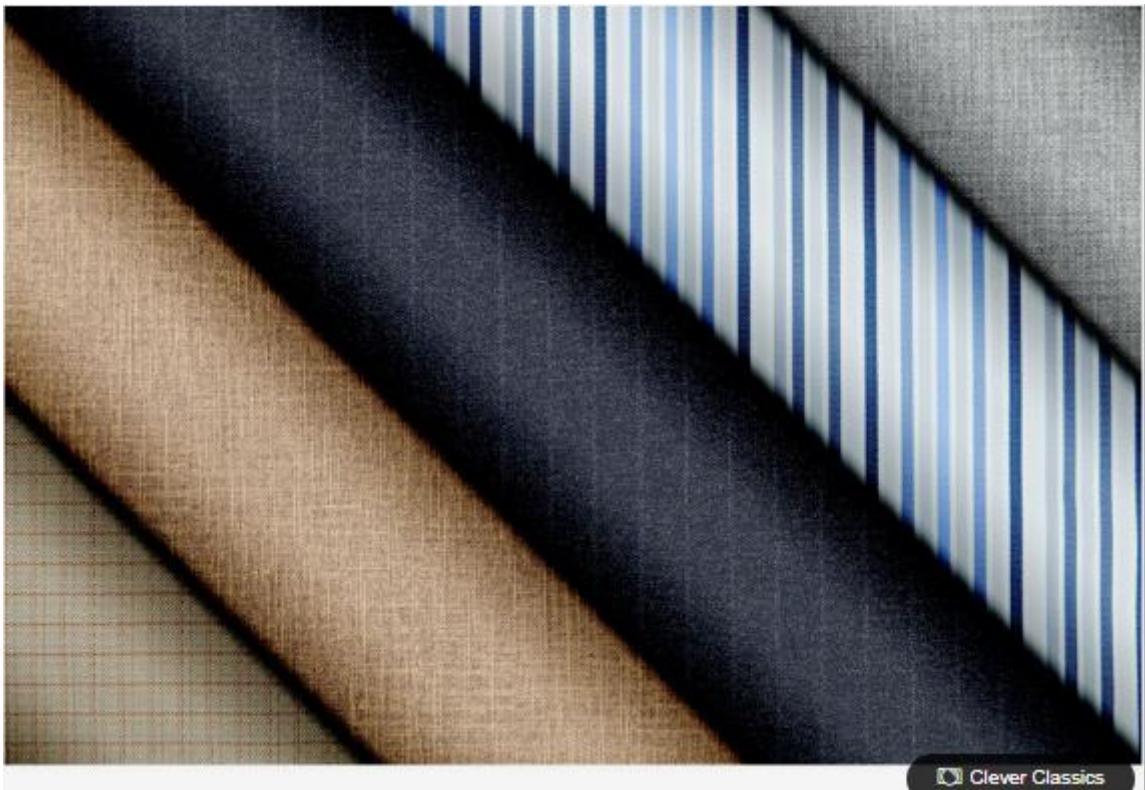
fashion MAGAZINE *it* IN DIRETTA DA FIERA MILANO RHO: Visti a Milano Unica



Qualità e funzionalità per Sensitive Fabrics di Eurojersey

Web And Magazine > Blog > Area Tessile > Tessile Prodotti > THE FLAIR EDITION: la collezione Ready-to-Wear di Sensitive® F...

THE FLAIR EDITION: la collezione Ready-to-Wear di Sensitive® Fabrics- Eurojersey

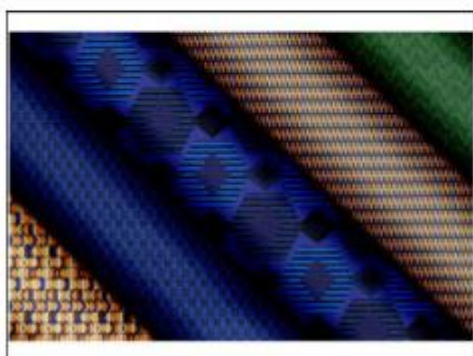


La nuova collezione ready-to-wear Autunno/Inverno 2026_27 di tessuti **Sensitive® Fabrics** si articola in tre macro-trend distinti: CLEVER CLASSICS, RETRO CULT e UNFORGETTABLE TIME.

CLEVER CLASSICS unisce la sartorialità classica a un'interpretazione moderna e urbana, con un design sobrio e raffinato. I tessuti **Sensitive® Fabrics** si ispirano ai tagli tailoring, reinterpretati in chiave contemporanea per un guardaroba versatile e funzionale. La palette colori include tonalità urbane e neutre come beige, marrone e bluette, con stampe a gessato, quadretti e rigati. È la scelta ideale per un guardaroba elegante e senza tempo.

RETRO CULT si ispira agli iconici anni '70, reinterpretando l'estetica con un approccio contemporaneo. Colori pop e fantasie microgeometriche creano un'atmosfera nostalgica ma funzionale. I tessuti **Sensitive® Fabrics** propongono capi con un look audace e distintivo, richiamando l'outdoor e le accademie britanniche per un tocco di eleganza sportiva. Colori brillanti e motivi geometrici creano effetti tridimensionali e dinamici, celebrando energia e ottimismo.

UNFORGETTABLE TIME evoca un'estetica teatrale e opulenta, ispirata all'eleganza Art Déco rivisitata in chiave moderna e sostenibile. Questa collezione celebra un know-how storico arricchito da dettagli preziosi per un look aristocratico ma giocoso. I tessuti Sensitive[®] Fabrics combinano lusso e comfort, offrendo un'esperienza sensoriale unica. Stampe di paillettes, pizzi, animalier e armature di tweed garantiscono un aspetto sontuoso, mentre tonalità vibranti di rossi, fucsia, viola e bluette conferiscono uno stile classy chic, sofisticato ma anche allegro e dinamico.



 Retro Cult

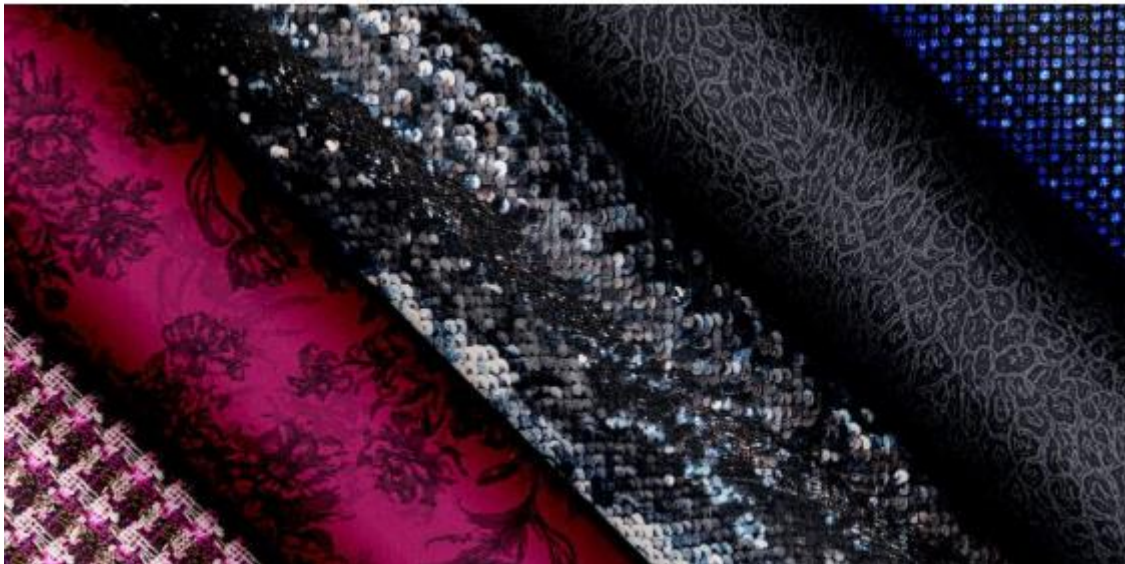
www.sensitivefabrics.it



 Unforgettable Time

Eurojersey verso un 2025 di mantenimento. Crespi: “Focus su innovazione e giovani talenti”

Di Laura Bittau — 10 Lug 2025



Eurojersey (Sensitive Fabrics) A/I 2026-27

Si chiama 'The Flair Edition' la collezione autunno/inverno 2026-27 di Eurojersey, presentata tra i corridoi della 41esima edizione di Milano Unica, fino a oggi, 10 luglio, presso i consueti spazi espositivi di Fiera Milano Rho. Come di consueto, i tessuti Sensitive Fabrics dell'azienda del Gruppo Carvico combinano moda e comfort, in un connubio che è la sua cifra stilistica.

Sullo sfondo, un primo semestre “in linea con la prima metà del 2024, ma non privo di complessità che difficilmente si dissiperanno nella seconda parte dell'anno”, ha raccontato a Pambianconews, con tono realista ma fiducioso, il direttore generale Andrea Crespi. L'outlook dell'azienda delinea un 2025 anch'esso di mantenimento, con ricavi attesi a quota 70 milioni, in linea con il 2024.

Un risultato qualificabile come positivo in un contesto “di riequilibrio”, come lo aveva definito lo stesso Crespi, seguito “ad anni di produzione e consumi ipertrofici, a cui è inconcepibile pensare di ritornare”. E in questo cambio di paradigma “verranno inevitabilmente premiate le aziende che sapranno fare meno e meglio. In quest'ottica, noi produciamo prodotti costosi, e non cari, perché dietro c'è un investimento nella qualità del prodotto stesso ma anche nelle persone che ci lavorano”.

Su questo fronte, infatti, prosegue il 'Progetto Talenti', di reclutamento e formazione di nuove risorse in azienda, o valorizzazione di quelle esistenti e più promettenti: figure giovani e professionalizzate, con ruoli perlopiù tecnici che spesso il tessile e i settori manifatturieri faticano a conquistare. "Non basta più lo stipendio per attrarli, ma work-life balance e welfare, oltre a prospettive di crescita futura. E poi una leadership che sappia adoperare innanzitutto le soft skills".

Aggiornato, inoltre, il piano di sostenibilità 2030 delineato dal gruppo nel 2024 e in linea con gli obiettivi Onu di sviluppo sostenibile. Tra gli investimenti nel breve termine, la regolamentazione sul trattamento delle acque reflue nell'impianto produttivo dell'azienda, mirato a ridurre l'impatto ambientale, e l'installazione di un nuovo impianto di depurazione al fine di aderire alle normative in merito in arrivo nel 2026.

Per quanto riguarda la ripartizione delle quote di fatturato del player tessile, resta pressoché invariato l'equilibrio tra Italia ed estero, che rappresentano rispettivamente il 20% e l'80% del fatturato totale con l'Europa che – in quanto primo mercato – pesa il 70%, soprattutto grazie a – Italia a parte – Germania, Francia e Olanda. Seguono il Nord America (21%) e l'Asia e Oceania (7 per cento).

Sul versante delle categorie merceologiche, l'abbigliamento pesa il 40% del totale (soprattutto womenswear, anche se Crespi sottolinea come l'azienda stia presidiando sempre di più anche il segmento maschile), mentre lo sportswear vale il 25 per cento. Chiudono il beachwear e l'intimo, con quote rispettivamente pari al 15% e al 10 per cento.

Tra i segmenti in particolare espansione per il marchio, quello sportivo in Cina e in Europa (dove cresce anche l'abbigliamento), e in generale il mondo dell'activewear.

A MILANO UNICA CON I SENSITIVE FABRICS

Andrea Crespi (Eurojersey): «Mercato difficile, le aziende devono mettersi sotto i raggi X»

10 July 2025



Andrea Crespi, direttore generale di Eurojersey



Da Andrea Crespi, direttore generale di Eurojersey, arrivano sempre riflessioni interessanti sul mercato. Anche stavolta, nello stand dedicato ai Sensitive Fabrics per la FW26/27 a Milano Unica, non si è smentito. «Ci sembra di essere di fronte a una crisi congiunturale - dice - ma si tratta di un'evoluzione che riguarda tanti aspetti, a livello sia di consumo, sia di industria e istituzioni».

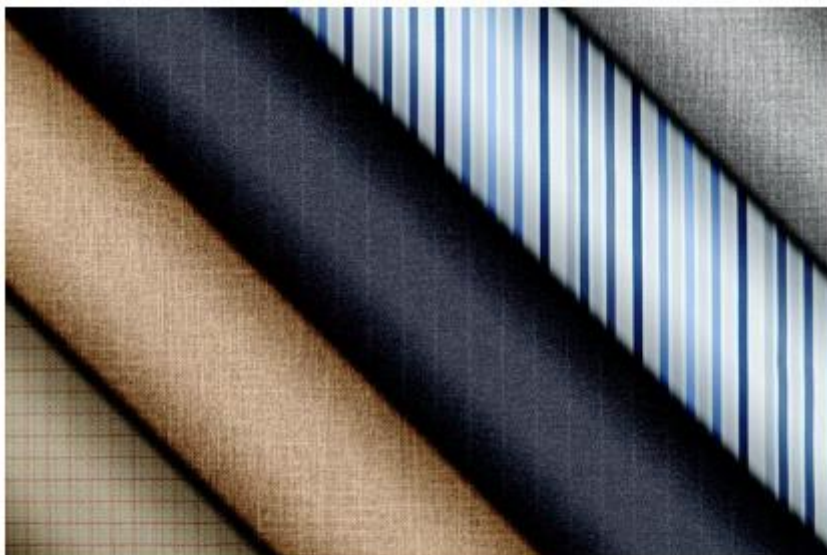
Se da un lato una parte dei consumatori tende a spendere in settori diversi dalla moda, e il fast fashion prova sempre di più a imitare il lusso, dall'altro urge un cambio di mentalità, a partire dalle aziende: «Fondamentale è il gioco di squadra - sottolinea -. Non esiste che ancora oggi monte e valle della filiera siano due entità in antitesi. Bisogna lavorare insieme e ridistribuire il valore su tutta la filiera».

Negli ultimi 20 anni gli armadi delle persone si sono riempiti di merce inutile «e il vero tema, oggi, è puntare su prodotti innovativi, longevi e ben fatti, che vengano certificati come tali. Tengo a sottolineare che le nostre collezioni di Sensitive Fabrics sono costose ma non care, il loro valore sta in quello che sanno offrire». «Poniamo sempre più l'accento sulla durabilità dei nostri tessuti - aggiunge Crespi - convinti che qualità

sia sinonimo di longevità dei capi». Non bisogna aver paura «ma accettare di passare tutti ai raggi X, come abbiamo fatto noi che il nostro impatto, parlando di un tema attuale come la sostenibilità, lo certifichiamo, senza timore di metterci a nudo».

A livello generale, il manager sottolinea che il governo dovrebbe intervenire sul costo del lavoro e dell'energia, pensando anche al cuneo fiscale che è «molto importante» e a snellire il carico burocratico «che sta uccidendo le imprese, andando ad aumentare costi indiretti che diventano difficili da gestire». In pratica, ci vorrebbe un piano strategico nazionale per supportare un settore che è al secondo posto in Italia per bilancia commerciale.

Gli investimenti di Eurojersey si basano su un principio, pensare meno a vendere in sé e più a ragionare nell'ottica di una strategia di lungo periodo. Parlando di prodotto, i Sensitive Fabrics stanno facendo passi avanti nel mondo del menswear, che attualmente riguarda il 15% della collezione ma crescerà, pensando in generale a persone che si muovono in contesti urbani - da qui l'hashtag della FW26/27, #cityplay e il concept "24Wear" - e al tema della funzione d'uso.



Il tema "Clever Classics" dei Sensitive Fabrics per la FW26/27

In ambito aziendale è in costante aggiornamento il Piano di Sostenibilità 2030, definito l'anno scorso per favorire l'integrazione dei fattori Esg in ogni scelta strategica. In previsione un nuovo impianto di depurazione.

Un argomento cui Crespi tiene particolarmente è il "Progetto talenti": «Le scuole tessili non sono sufficienti e quindi facciamo autoformazione interna, dedicando a questa sfida parecchie risorse». Ma come attrarre questi talenti? «Offrendo un ambiente sostenibile, in cui ci si trovi bene - risponde il direttore generale -. Per chi ha voglia di lavorare e imparare da noi c'è posto».

Eurojersey ha chiuso il 2024 con ricavi pari a 70 milioni di euro, suddivisi tra un 40% per l'abbigliamento, un 25% per il settore sportivo, in espansione, un 15% per la moda mare e un 10% per l'underwear. All'estero viene realizzato l'80% del fatturato, con l'Europa al 72%, il Nord America al 21% e Asia/Oceania al 7%.

Tra i marchi che scelgono i Sensitive Fabrics spiccano Reiss (menswear), Lacroix Sport (womenswear), Fusalp (sportswear donna), Lacoste (sportswear uomo), Descente Golf Japan (uomo e donna), The North Face Japan (per la running collection Sphere), Theory (menswear), Dillard's (menswear), Burberry, Tory Burch, Celine ed Hermès (beachwear).

t.b.

a.b.



Andrea Crespi

[HOME](#) / [NEWS](#) / [STORIES](#)

THE MATERIALS

Crespi, Eurojersey: “In tough times, companies should be X-rayed”

by Tobias Bayer and Alessandra Bigotta – July 10, 2025

Andrea Crespi, general manager, Eurojersey, always offers interesting insights into the market. Once again, at the stand dedicated to Sensitive Fabrics for Fall/Winter 2026/2027 at Milano Unica, he did not disappoint.

“We seem to be facing an economic crisis, but this is an evolution that affects many aspects, both in terms of consumption, industry, and institutions,” explained the manager.

While some consumers tend to spend their money in sectors other than fashion, and fast fashion is increasingly trying to imitate luxury, there is an urgent need for a change in mentality, starting with companies.

“Teamwork is essential. It is unacceptable that the upstream and downstream sectors of the supply chain are still two opposing entities. We need to work together and redistribute value throughout the supply chain,” he emphasizes.

Over the last 20 years, people's wardrobes have filled up with useless goods. “The real issue today is to focus on innovative, long-lasting, well-made products that are certified as such. I would like to emphasize that our Sensitive Fabrics collections are cost but are not expensive. Their value lies in what they have to offer,” he says.

“We are placing increasing emphasis on the durability of our fabrics. We are convinced that quality is synonymous with longevity,” he explains. “We must not be afraid, but we must accept that we will all be X-rayed, as we have done by certifying our impact without fear of exposing ourselves, talking about a current issue such as sustainability,” he continues.

On a general level, the manager stresses that the government should intervene on labor and energy costs and streamline the bureaucratic burden. In practice, according to Crespi, a national strategic plan is needed to support a sector that ranks second in Italy in terms of trade balance.

Eurojersey's investments are based on one principle: think less about selling and more about a long-term strategy. In terms of products, Sensitive Fabrics are making headway in the world of menswear, which currently accounts for 15% of the collection but is set to grow, with a general focus on people who move in urban contexts—hence the f/w 26/27, #cityplay, and the “24Wear” concept—and on the theme of functionality.



Eurojersey Sensitive Fabrics f/w 2026/2027

Within the company, the 2030 Sustainability Plan, defined last year to promote the integration of ESG factors into every strategic decision, is constantly being updated. A new purification plant is planned.

In addition, Crespi is particularly committed to the “Talent Project”: “Textile schools are not enough, so we provide internal training, dedicating considerable resources to this challenge.” But how to attract these talents? “By offering a sustainable environment where people feel comfortable. For those who want to work and learn from us, there is a place.”

Eurojersey closed 2024 with revenues of €70 million, divided between 40% for apparel, 25% for the expanding sports sector, 15% for beachwear, and 10% for underwear.

It generates 80% of its turnover abroad, with Europe accounting for 72%, North America 21% and Asia/Oceania 7%.

Among the brands that choose Sensitive Fabrics are Reiss (menswear), Lacroix Sport (womenswear), Fusalp (women's sportswear), Lacoste (men's sportswear), Descente Golf Japan (men's and women's), The North Face Japan (for the Sphere running collection), Theory (menswear), Dillard's (menswear), Burberry, Tory Burch, Celine and Hermès (beachwear).

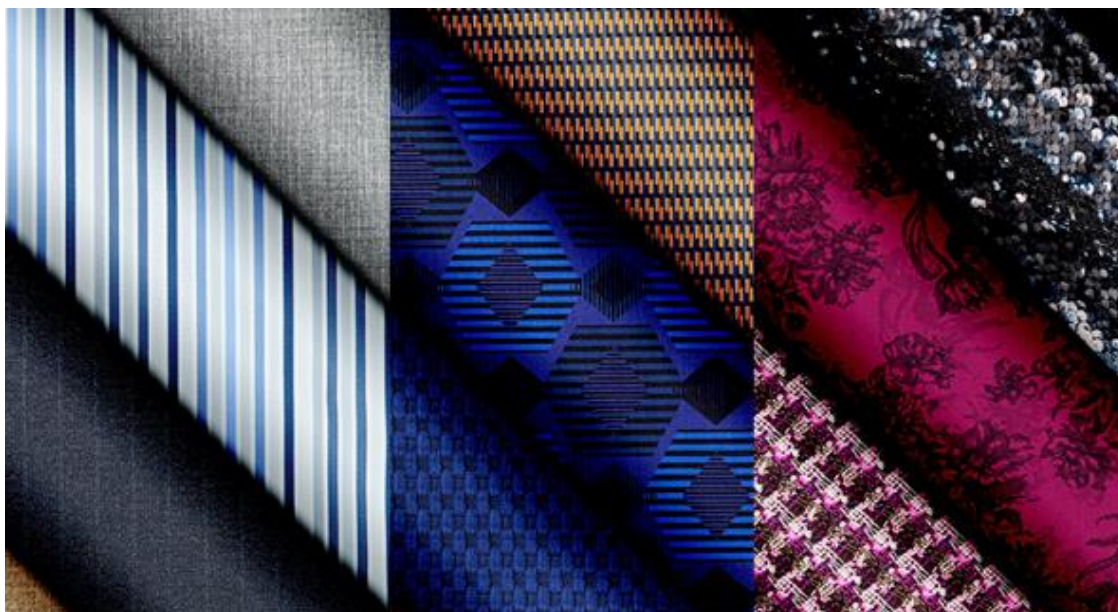
EUROJERSEY LANCIA LA NUOVA ERA DELLO STILE CON SENSITIVE FABRICS: NASCE THE FLAIR EDITION

In questo articolo si parla di:

ANDREA CRESPI

EUROJERSEY

SENSITIVE FABRICS



EUROJERSEY, storica realtà italiana leader nel settore tessile, inaugura una nuova fase della propria proposta fashion con il lancio di **The Flair Edition**. Questa collezione rappresenta una sintesi perfetta tra innovazione e tradizione, un viaggio attraverso i tessuti tecnologici **Sensitive Fabrics**, pensata per chi desidera un look distintivo senza rinunciare a comfort e funzionalità. Con tre macro-trend – **Clever Classics**, **Retro Cult** e **Unforgettable Time** – **EUROJERSEY** dà forma a una moda contemporanea che si muove agilmente tra passato e futuro, abbracciando qualità, estetica e sostenibilità.

Per approfondire la visione che sta dietro a questa nuova collezione e capire come

EUROJERSEY interpreta il futuro del tessile, abbiamo incontrato **Andrea Crespi**, direttore generale dell'azienda.



La sostenibilità è un tema centrale nella moda oggi, ma spesso viene percepita in modo superficiale. Qual è la vostra posizione?

Siamo partiti da una scelta imprenditoriale, non da una missione idealistica. Per noi la sostenibilità significa fare meglio con meno, utilizzare meno risorse in modo efficiente e certificato, e produrre capi che durano. Spesso il discorso sulla sostenibilità si riduce al “cosa” – il materiale usato – senza considerare il “come” viene realizzato il prodotto. È lì che si fa davvero la differenza. Noi misuriamo il nostro impatto, cerchiamo di migliorare anno dopo anno e ci teniamo lontani dal greenwashing. Un prodotto di qualità, bello e resistente è il primo passo per un consumo responsabile.

Sensitive Fabrics è diventato un vero e proprio brand. Quanto pesa oggi sul vostro business?

Oggi rappresenta il 100% della nostra produzione. Prima avevamo un portfolio più variegato, ma abbiamo deciso di convertire completamente la nostra offerta. Sensitive è nato come un tessuto singolo, ma oggi è una gamma completa. Ci sono tessuti per la performance, per l'eleganza, per la vita quotidiana, ma tutti con la stessa identità.

Quali sono i prossimi passi per EUROJERSEY?

Vogliamo guardare al mondo maschile con maggiore attenzione. Oggi l'uomo rappresenta solo una piccola fetta del mercato, ma ha un potenziale enorme, soprattutto perché tende a fidelizzarsi di più. Inoltre, stiamo esplorando settori come il workwear e le uniformi, dove la funzionalità e il comfort sono essenziali. Il nostro obiettivo è continuare a innovare, rimanendo coerenti con la nostra visione di qualità, sostenibilità e design.

Qual è il segreto della vostra longevità e successo in un settore così competitivo?

La coerenza e la capacità di innovare senza inseguire mode passeggere. Abbiamo un progetto chiaro, fatto di piccoli miglioramenti costanti su una base solida. Non puntiamo a fare "cose nuove" ogni anno a caso, ma a perfezionare ciò che funziona. Questo ci ha permesso di costruire un'identità riconoscibile e una fiducia consolidata nei confronti dei clienti.

Con The Flair Edition, EUROJERSEY non solo rinnova la propria offerta, ma lancia una sfida al mercato: uno stile contemporaneo che guarda avanti, senza dimenticare l'importanza di fare le cose bene, con responsabilità e visione. Un messaggio chiaro per una moda che vuole essere realmente sostenibile e duratura.



Retro Cult esplora l'energia esuberante degli anni '70. Colori brillanti, fantasie geometriche e spirito outdoor incontrano la modernità, generando capi dinamici, sportivi ma sofisticati. Un inno all'ottimismo e alla libertà espressiva, perfetto per chi cerca originalità senza compromessi.

FASHION / TEXTILES

Milano Unica: Attendance Grows Despite Geopolitical Uncertainty

For their fall 2026 textile collections, exhibitors focused on heritage and research.

By **ANDREA ONATE**

JULY 11, 2025, 3:50PM

MILAN — While the latest edition of Milano Unica saw increases in attendance and the number of exhibitors, the overall mood remained cautious as the threat of U.S. tariffs and the overall weakness of the global economy continue to weigh on the sector.

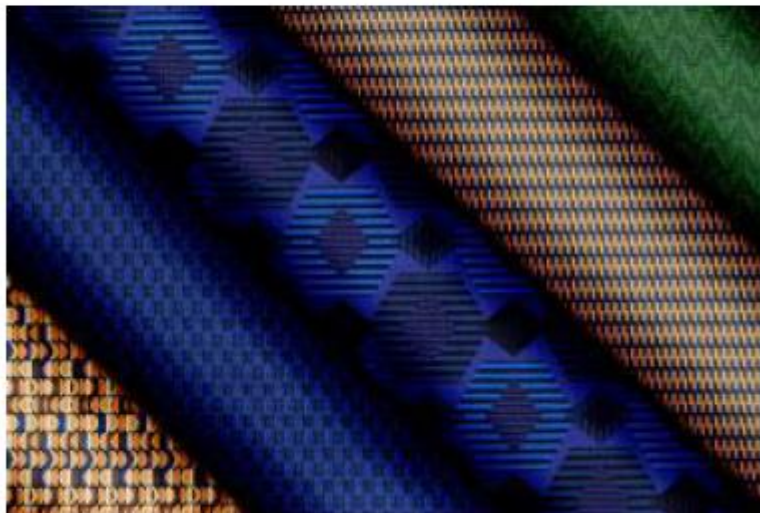
That caution fed into the textile trends for fall 2026, which focused on heritage, signature fibers and traditional weaves and patterns.

The 41st edition, which closed Thursday, saw a notable increase in attendance, up 10 percent compared to the same edition in 2024. The growth was recorded across all major markets for Made in Italy textiles, with the exception of China, which declined by 3.5 percent versus the July 2024 edition, and Korea, which declined by 14 percent.

A total of 735 exhibitors participated, including 584 in the Ideabiella, Moda In, and Shirt Avenue sections, representing a 2.6 percent increase, with 459 confirmed Italian participants and a significant, 8.7 percent rise in European exhibitors.

Andrea Crespi, general manager at **Eurojersey**, echoed that sentiment, stating that this represents a moment of deep readjustment. The company's overall performance is being lifted by a boom in the sportswear segment, especially in Asian countries, with running and cycling driving the rise.

Eurojersey's Sensitive Fabrics for fall featured bright colors and geometric patterns nodding to life in the outdoors and sportswear. Thanks to their three-dimensional elasticity, these fabrics are comfortable, crush-proof, non-deformable, and crease-resistant, making them easy to care for, machine washable, quick-drying, and iron-free.



Eurojersey' Sensitive fabrics. Courtesy of **Eurojersey**

Future-forward fabrics and thinking at Eurojersey



14/07/2025

Eurojersey, the maker of patented high-tech Sensitive warp knit fabrics, exhibited at Milano Unica last week with a new collection targeting both fashion and sports applications. "Historically, Milano Unica is a men's wear fabric trade fair, and we believe we have the products for tomorrow's urban tech wear," general manager Andrea Crespi told Sportstextiles. When consumer spending returns, he believes "they will not buy in the same way as today". They may tire, he suggests, of low-quality fast and ultra-fast fashion clothing. Sensitive fabrics are manufactured in Italy and will keep their look and feel for longer, he pointed out.

Michela Delle Donne, marketing manager, said that the sportswear segment was growing at **Eurojersey**, citing cycling and running as strong markets for the company. Sensitive fabrics are also being adopted by golfwear brands in the likes of Honma (Hong Kong), Descente (Japan) and Fila (South Korea). Ms Della Donna pointed out the smart design details that these brands are introducing, including accordion pleats at the shoulders for ease of swing, bonded seams and engineered breathability through punched **Sensitive fabrics**.

Taking the long view, **Eurojersey** is currently investing in training the next generation of textile industry talents. Three things, basically, are needed to produce textiles, said Mr Crespi: raw materials, energy and skills. "We are investing in skills and in younger generations, with training programmes in dyeing, chemicals, knitting technologies, and so on."

*Pictured a Fila Golf polo shirt made from a **Sensitive Fabric**.*



FASHION

Milano Unica Attendance Grows Despite Geopolitical Uncertainty

- For their fall 2026 textile collections, exhibitors focused on heritage and research.

BY ANDREA ONATE

MILAN – While the latest edition of Milano Unica saw increases in attendance and the number of exhibitors, the overall mood remained cautious as the threat of U.S. tariffs and the overall weakness of the global economy continue to weigh on the sector.

That caution fed into the textile trends for fall 2026, which focused on heritage, signature fibers and traditional weaves and patterns.

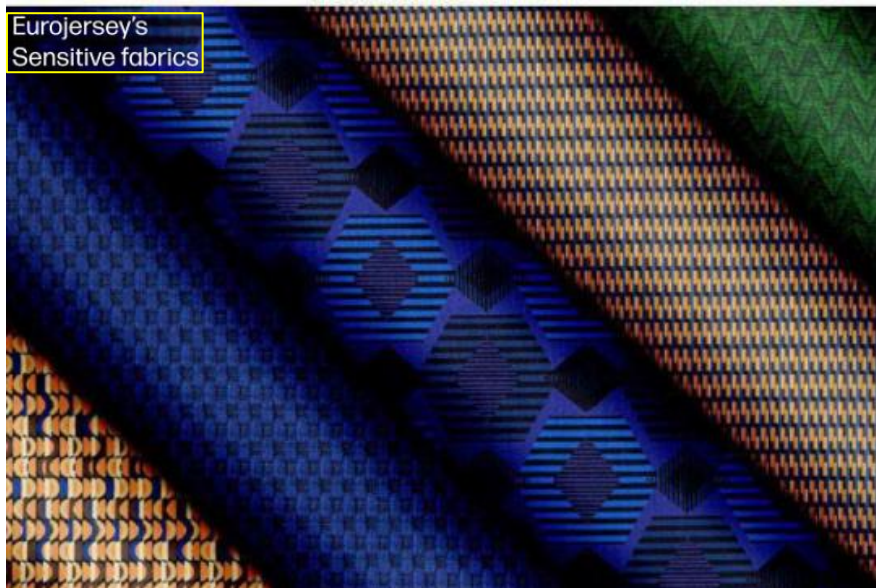
The 41st edition, which closed Thursday, saw a notable increase in attendance, up 10 percent compared to the same edition in 2024. The growth was recorded across all major markets for Made in Italy textiles, with the exception of China, which declined by 3.5 percent versus the July 2024 edition, and Korea, which declined by 14 percent.

A total of 735 exhibitors participated, including 584 in the Ideabiella, Moda In, and Shirt Avenue sections, representing a 2.6 percent increase, with 459 confirmed Italian participants and a significant, 8.7 percent rise in European exhibitors.

Andrea Crespi, general manager at Eurojersey, echoed that sentiment, stating that this represents a moment of deep readjustment. The company's overall performance is being lifted by a boom in the sportswear segment, especially in Asian countries, with running and cycling driving the rise.

Eurojersey's Sensitive Fabrics for fall featured bright colors and geometric patterns nodding to life in the outdoors and sportswear. Thanks to their three-dimensional elasticity, these fabrics are comfortable, crush-proof, non-deformable, and crease-resistant, making them easy to care for, machine washable, quick-drying, and iron-free.

Eurojersey's Sensitive fabrics



Simple, breathable fabric

Products | July 14, 2025 | By: ATA



Available in three colorways—Modern Quiet (pictured), Urban Hype and Natural Wild.

Photo: EUROJERSEY

Designed for lightness and versatility, Sensitive® Fabrics feature three-dimensional elasticity and calibrated compression. The fabric is breathable with 50+ UPV protection and is built to retain its shape after frequent use and washing while maximizing drying speed. Available in three colorways—Modern Quiet (pictured), Urban Hype and Natural Wild—and suited for high- to low-impact activewear or loungewear, depending on the collection.

EUROJERSEY
eurojersey.com


Sportstextiles
 1.770 follower
 3 giorni •

Eurojersey S.p.A., the maker of patented high-tech **EUROJERSEY S.p.A.** warp knit fabrics, exhibited at **Milano Unica** last week with a new collection targeting both fashion and sports applications. "Historically, Milano Unica is a men's wear fabric trade fair, and we believe we have the products for tomorrow's urban tech wear," general manager **Andrea Crespi** told Sportstextiles. When consumer spending returns, he believes "they will not buy in the same way as today". They may tire, he suggests, of low-quality fast and ultra-fast fashion clothing. **Sensitive fabrics** are manufactured in Italy and will keep their look and feel for longer, he pointed out.

Michela Delle Donne, marketing manager, said that the sportswear segment was growing at **Eurojersey**, citing cycling and running as strong markets for the company. **Sensitive fabrics** are also being adopted by golfwear brands in the likes of Honma (Hong Kong), Descente (Japan) and Fila (South Korea). Ms Della Donna pointed out the smart design details that these brands are introducing, including accordion pleats at the shoulders for ease of swing, bonded seams and engineered breathability through punched **Sensitive fabrics**.

Taking the long view, **Eurojersey** is currently investing in training the next generation of textile industry talents. Three things, basically, are needed to produce textiles, said Mr Crespi: raw materials, energy and skills. "We are investing in skills and in younger generations, with training programmes in dyeing, chemicals, knitting technologies, and so on."

#fabrics #performancefabrics #sportswear #cycling #madeinitaly #textiles #sportstextiles #milanounica

<https://lnkd.in/eU62mbVz>

Mostra traduzione



Future-forward fabrics and thinking at Eurojersey
sportstextiles.com



 3

Sensitive Fabrics presenta la collezione di tessuti mare SS 27

DI NUNZIA CAPRIGLIONE - 18 LUGLIO 2025



CONDIVI

0

1

1

1

1

1

Stile e performance si incontrano nella collezione di tessuti mare SS 27 firmata Sensitive Fabrics che ruota intorno a tre tendenze: Pool Party, Retro Riviera e Sunset Vibes.

Miami ispira i tessuti mare ss 27 di Sensitive Fabrics

Il primo trend richiama l'atmosfera vivace e cosmopolita di Miami, famosa per le sue spiagge glamour e il suo stile di vita dinamico. Nella collezione di tessuti mare SS 27 Sensitive Fabrics questa ispirazione si traduce in disegni fioriti e motivi geometrici ben evidenti, che creano un look audace e appariscente, adatti per creare capi glamour e di tendenza, con look giovani e sportivi.

I colori delle coste italiane nel tema Retro Riviera

Il tema Retro Riviera, invece, rende omaggio al mood delle vacanze trascorse sulla riviera italiana, catturando l'essenza di un'estate all'insegna dell'eleganza e del relax. Nei tessuti mare SS 27, i decori sono ispirati alla tradizione della ceramica, con motivi floreali delicati e raffinati che richiamano le ceramiche di pregio tipiche delle località balneari italiane. Stampe zig zag con i colori del mare a contrasto, aggiungono un tocco di modernità e vivacità, creando equilibrio tra classicità e stile contemporaneo.

I colori dei Caraibi animano i tessuti mare SS 27

Infine, nella collezione mare Sensitive Fabrics SS 27 il mood Sunset Vibes, esotico e affascinante, si ispira ai colori caldi e vibranti dei Caraibi. Le sue stampe dinamiche di intrecci richiamano motivi etnici, arricchiti da dettagli animalier rivisitati con un tocco più grafico e sofisticato. In questo trend i tessuti Sensitive Fabrics evocano le atmosfere di un tramonto tropicale, combinando energia e raffinatezza, adatti per chi desidera portare un tocco di avventura e charme esotico nel proprio look.

Scopri di più sui tessuti Sensitive Fabrics QUI.

Debutta a Maredamare il beachwear “a vista” di Caramì

Caramì, brand fondato nel 2016 dalle giovanissime sorelle fiorentine Camilla e Carlotta Castrucci, ha fatto il suo debutto al salone fiorentino Maredamare con le sue proposte di lingerie e beachwear pensate anche per un utilizzo quotidiano.



Carlotta e Camilla Castrucci,
fondatrici di Caramì

“Il progetto è nato quando ero al primo anno di Università, in un momento un po’ particolare della mia vita, e per me è stata una rinascita. Il logo è composto da due C che, come ci piace dire, ‘si prendono cura l’una dell’altra’, come mia sorella ed io, e ricordano il giglio simbolo di Firenze”, racconta a FashionNetwork.com Camilla Castrucci. Siamo partiti dalla lingerie e dall’activewear, inserendo i costumi da bagno nel 2020, pochi pezzi realizzati con micro paillettes, lurex e pixel”.

La mission delle due sorelle, fin dagli esordi del brand, è stata quella di “far sentire tutte le donne a proprio agio in qualsiasi occasione”, con creazioni di intimo e beachwear eleganti e sofisticate, che possono essere indossate anche come top e sottogiacca.



“Prestiamo una grandissima attenzione alla qualità dei tessuti, che sono di Eurojersey, Carvico e Ratti; anche le paillette che utilizziamo sono made in Italy e vengono messe sui nostri capi in modo che non irritino la pelle. Nonostante l’alta qualità, i nostri prezzi rimangono accessibili, ad esempio un reggiseno può costare 45 euro”.

Anche la vestibilità è un elemento fondamentale per il brand: tutti i bra sono realizzati senza ferretto per un maggior confort e grazie all’elastico sottoseno in lurex vestono perfettamente e valorizzano il décolleté; un elemento che diventa fil rouge della collezione e si ritrova anche nei top, negli shorts e nei leggings. Il tessuto predominante nella linea activewear è il velluto di seta, declinato nei colori blu, nero, verde e grigio, e utilizzato anche nella collezione loungewear per i pigiami e i kimoni. Ogni capo Carami viene inserito in una elegante scatola nera opaca, un packaging raffinato che può diventare un organizer per il guardaroba; all’interno del cofanetto, una busta in seta color crema logata è avvolta da un piacevole profumo per tessuti, realizzato appositamente dal brand.

La label ha lanciato nel 2023 la sua collezione After Sex: una linea di camicie abbinate a boxer, pensati sia come loungewear che come shorts, realizzata in Italia in cotone e lino e ispirata a film iconici come “Il Presidente, una storia d’amore” e “Pretty Woman”. After Sex richiamando il tema della seduzione, dell’eleganza e dell’ironia, con un tocco di malizia: il concept della capsule invita infatti a indossare la camicia maschile per creare un contatto intimo e mantenere un legame, godendo del comfort e del fitting sartoriale che contraddistinguono i capi.

Venduto inizialmente solo tramite il proprio e-commerce, Carami ha collaborato con Luisaviaroma nel 2018 e con il concept store milanese Clan Upstairs nel 2019.

“Dal 2022 apriamo dei pop up stagionali a Forte dei Marmi, che per noi è una seconda casa, e nel quartiere Notting Hill di Londra, città che adoro”, conclude Camilla Castrucci. “Mentre mia sorella segue prevalentemente la parte online, io quando posso amo stare in negozio e avere un contatto diretto con le nostre clienti”. Quest’anno l’azienda è diventata Società Benefit ed è entrata a far parte del Consorzio ILB-Italian Lingerie & Beachwear.

Swimwear & Resortwear ♦ Textiles & Fibres

BOOK A GETAWAY WITH SENSITIVE[®] FABRICS

July 23, 2025



The Escape Edition for 2027 Beachwear Trends – EUROJERSEY offers Sensitive[®] Fabrics in its 2027 beachwear collection, combining style and performance to create garments that add an element of elegance and functionality to any holiday wardrobe. They are a reminder of the desire to travel and the pleasure of resort life. Sensitive[®] Fabrics combine versatility and comfort and are ideal for premium beachwear as they offer superior performance, including sunlight-resistance (equivalent to SPF 50+ protection), fast-drying and breathability, guaranteeing an unparalleled wearing experience.

Three Trends – Pool Party, Retro Riviera and Sunset Vibes.

POOL PARTY – Recalls the lively and cosmopolitan atmosphere of Miami, famous for its glamorous beaches and dynamic lifestyle. An inspiration that translates into floral patterns and prominent geometric motifs, creating a bold and flamboyant look. Sensitive[®] Fabrics are for those who wish to express a glamorous and trendy attitude through their clothing. The garments are perfect for young, sporty looks and are ideal for relaxing days at the seaside or social occasions where style is key.



RETRO RIVIERA – The theme pays homage to glamorous holidays on the Italian Riviera, capturing the essence of a summer of elegance and relaxation. Zigzag prints with contrasting colours of the sea add a touch of modernity and liveliness, creating a perfect balance between classicism and contemporary style. Sensitive® Fabrics express a feminine and sophisticated elegance, ideal for those who like to dress with class on holiday or special occasions, without renouncing a touch of fresh originality.



SUNSET VIBES – The most exotic and fascinating mood is inspired by the warm and vibrant colours of the Caribbean. Its dynamic weave patterns suggest ethnic motifs, enriched by animal prints revisited with a more graphic and sophisticated touch. Sensitive® Fabrics evoke the atmosphere of a tropical sunset, combining energy and sophistication, perfect for those who want to bring a touch of adventure and exotic charm to their look.



Visti in fiera – I progetti di Eurojersey

Innovazione sostenibile è da sempre la scelta di Eurojersey, confermata anche nel contesto socioeconomico complesso e in costante evoluzione che stiamo vivendo. "Nell'anno dell'entrata in vigore del Regolamento sulla progettazione ecocompatibile dei prodotti sostenibili (ESPR) – è il commento dei vertici aziendali nello stand a Milano Unica – poniamo l'accento sulla **durabilità dei nostri tessuti**, valore intrinseco del Made in Italy, che è da sempre un pilastro distintivo dei tessuti Sensitive® Fabrics. Qualità significa longevità. Nel 2025 abbiamo dato ulteriore forza al nostro impegno aggiornando il Piano di Sostenibilità 2030: non si tratta soltanto di uno strumento per migliorare le performance di sostenibilità, ma di un vero e proprio piano strategico di Eurojersey, che favorisce l'**integrazione dei fattori ESG – Environmental, Social e Governance – in ogni scelta aziendale**".

Guardando alla **collezione Ready-to-Wear dei tessuti Sensitive® Fabrics, 'The flair edition'**, è confermata l'elasticità tridimensionale che li rende **ingualcibili, indeformabili, antipiega, easy care, lavabili anche in lavatrice, veloci nell'asciugatura e senza necessità di essere stirati**. Per questa stagione è stata molto utilizzata la stampa digitale per realizzare fantasie e effetti tipo pelle che declinano l'abbigliamento sportivo in una versione più urbana e raffinata, sia per la donna che per l'uomo, settore su cui Eurojersey sta puntando molto.

Per quanto riguarda l'abbigliamento sportivo, molto bene i tessuti per il **running** e il **cycling**, ma anche per il **golf**, soprattutto in Cina e Giappone, pronti a tessuti top price per il settore sportivo. **L'estero resta il mercato principale con l'80% del fatturato**, suddiviso con un 71% di destinazione europea, 21% nord America e 7% Asia e Oceani. Per quanto riguarda invece le tipologie di prodotti, **il 40% delle vendite è per l'abbigliamento, il 25% per lo sport, il 15% per il bagno e il 10% per l'intimo**.

Gli obiettivi per il futuro sono un **budget di 70 milioni di euro per il 2025**, rafforzare la presenza in Cina e nell'abbigliamento per l'uomo; "ma anche l'installazione di un **nuovo impianto di depurazione delle acque reflue** nel nostro impianto produttivo mirato a ridurre l'impatto ambientale – conclude il direttore commerciale **Matteo Cecchi** – oltre che a un **investimento continuo sul personale**; non solo con la formazione mirata a migliorare le competenze, le conoscenze e le capacità dei dipendenti, ma anche col Progetto Talenti, che ha l'obiettivo di favorire il senso d'identità e di appartenenza".



MODA

SUMMER TIME

Uno stile decisamente "da vacanza". Fresco, giovane, facile, che mixa costumi da bagno e bikini a piccoli pezzi in cotone effetto handmade

Nella pagina accanto, cardigan in cotone traforato, Persona by Marina Rinaldi (169 euro); bikini in microfibra Sensitive® Fabrics di Eurojersey, Maryan Mehlhorn (248 euro); pantaloni in jersey di cotone, Reserved (29,99 euro).

FOTO
E AGF



IMBOTTITO
Costume
intero
in microfibra,
Lovable
(69,90 euro).



FLOWER
Camicia
in oro rosa
e smalto,
DoDo
(460 euro).

VIVACE
Costume
intero
in Sensitive®
Fabrics
di Eurojersey,
Sunflair.

LEGGERA
Camicia
in twill
di cotone,
Elena Miró
(195 euro).

**LIMITED
EDITION**
Minibag
in ottone
con cristalli,
Rosantica
(2.415 euro).

ANATOMICI
Sandali
in carvas
e pelle,
Momoní
(298 euro).



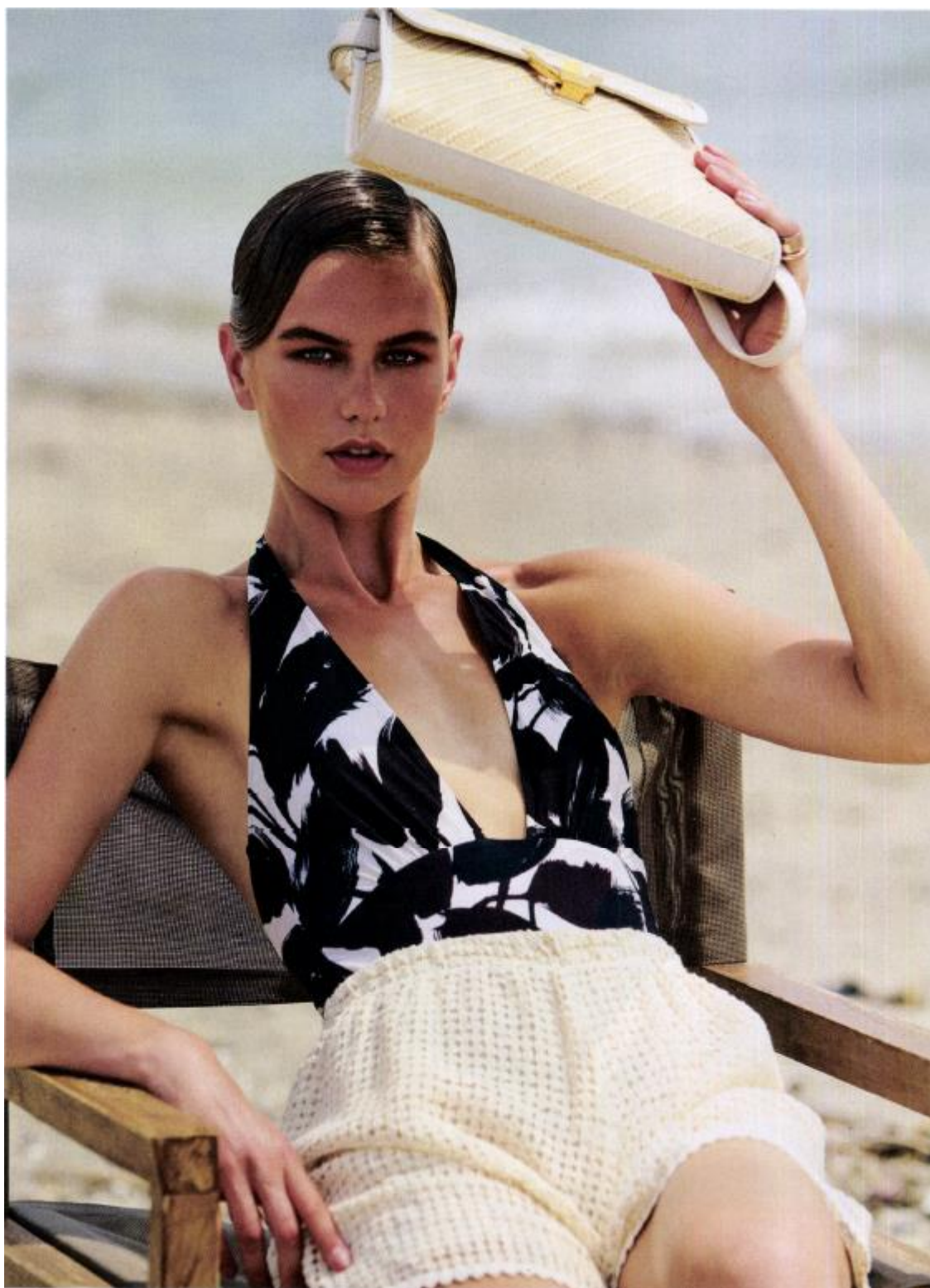
ANNI '50
Cinno
in cotone,
Antik Batik
(295 euro).





S.p.A.

SENSITIVE – Sensitive® Fabrics _Eurojersey
ITALIA – F MAGAZINE – 30 LUGLIO 2025
Period: SETTIMANALE



Costume intero in microfibra Sensitive® Fabrics di Eurojersey, Maryan Mehlhorn (259 euro); shorts in jersey di cotone, Max&Co. (139 euro). Borsa a spalla in pelle e tessuto effetto paglia, Coccinelle (290 euro); anelli in oro rosa, DoDo (da 670 euro).

Sensitive
FABRICS

SENSITIVE – Sensitive® Fabrics _Eurojersey
ITALIA – VANITY FAIR – 30 LUGLIO 2025
Period: SETTIMANALE



Vanity Shopping

Un'estate AL MARE

Alla ricerca del costume da mettere in valigia all'ultimo secondo? Per scegliere bene ecco cinque modelli davvero speciali di SILVIA CICCHETTI

SUMMER OF LOVE
Pace, amore e fantasia (meglio se etnica). Se vi sentite in mood anni '60 e '70 puntate sul due pezzi a triangolo, come quello stampo patchwork di Bikini mi.ma.

MISS BANDANA
È la stampa-tormentone del momento: balconcino e brasiliana sono realizzati con fibre riciclate, Yamamay.

SUPER FEMMINILE
Sì al pezzo unico, ma dalle linee design. Intero di tessuto Sensitive Fabrics di Eurojersey, Maryan Mehlhorn.

SAPORE DI SALE
Un'estetica rétro unita a un pattern geometrico, ispirato alla bellezza delle maioliche italiane. Reggiseno doppiato di microfibra e slip reversibile a vita alta, Pierre Mantoux.

SPARKLING DAY (& NIGHT)
Perfetto h24, per brillare sotto il sole, ma anche sotto la luna. Crystal Bikini di microfibra tempestato di cristalli, CF Cristina Ferrari.

SUSTAINABILITY

Can luxury ever guarantee clean supply chains?

Illicit subcontracting is plaguing the 'Made in Italy' supply chain and its reputation for high quality and ethics. As legislators look for ways to stamp it out for good, what part can brands play?

BY SOPHIE BENSON

July 30, 2025

For so long, fast fashion's rock-bottom prices and complex global supply chains were blamed for low wages, worker exploitation, and health and safety shortcuts. The assumption was that luxury's much higher prices and closer-to-home manufacturing all but guaranteed ethical production.

Now, news that Italian brand Loro Piana has been placed under judicial administration for a year by an Italian court due to allegations of worker exploitation in its supply chain — making it the latest in a string of brands under scrutiny — has shaken the industry. Fellow luxury players Dior, Armani and Valentino (as well as the more mass-market Italian label Alviero Martini) have also been subject to such measures, which allow external administrators to monitor and verify improvements. But Loro Piana's positioning at the top of the pricing pyramid showed no brand is immune to the issues at play in Italy's supply chain — in particular, the practice of subcontracting.

A flawed auditing system

The Italian supply chain probe exposes the reality that poor conditions persist in garment factories across the world, including in Europe.

"You could say that choosing countries such as Italy or France that have quite strict regulations can help to reduce the risk of a bad working environment, [but] I would definitely *not* say that a short supply chain means better traceability," says Alexandra Pelka, co-founder of ESG (environmental, social and governance) and SDG (Sustainable Development Goals) consultancy AP Projects. "Companies need to map, manage and verify their supply chains [wherever they produce]."

Brands often rely on auditing for this sort of verification. However, experts flag that it can be a very complex and difficult process. “You go into a company for one or two days, and you can’t be 100 per cent sure that you’ve seen everything, because, of course, they will show you their best behaviour [and] they will all wear their protective gear,” says Pelka, who regularly undertakes audits for brands.

Suppliers flag that the auditing process is fragmented and onerous. “I see suppliers that are audited every week or every two weeks, on the same or similar audit scheme [by different brands],” Pelka continues. This onslaught means that rather than dealing with any issues flagged, suppliers are simply throwing resources at the next audit. “Business in Europe, and specifically in Italy, means an overload of bureaucracy, which leads to increased costs,” says Andrea Crespi, managing director of Italian fabric supplier Eurojersey.