

Miroglio FASHION

COMUNICATO STAMPA

MIROGLIO FASHION COMPLETA IL PROGETTO RETAIL “300 IN 300”

Obiettivo raggiunto per “300 in 300”, l’ambizioso progetto per il rinnovamento di 300 punti vendita in 300 giorni lanciato a inizio 2017 da Miroglio Fashion.

Alba, 9 gennaio 2018 – Si è concluso con pieno successo il progetto “300 in 300”, lo sfidante piano di rinnovamento di 300 punti vendita in 300 giorni che **Miroglio Fashion** ha annunciato nei primi mesi del 2017.

Il progetto è stato sostenuto con un importante investimento di 15 milioni di euro ed ha coinvolto, tra restyling e nuove aperture, alcuni **brand** della società tra cui **Motivi, Oltre, Fiorella Rubino, Elena Mirò e Caractère**.

“Sono orgoglioso del team, che ha portato a termine nei tempi previsti quello che poteva sembrare un progetto impossibile” ha commentato **Hans Hoegstedt, AD di Miroglio Fashion**. *“Questo piano straordinario, lanciato a inizio 2017, rappresenta un tassello fondamentale nella nostra nuova strategia di sviluppo dei brand e nella valorizzazione della loro identità: ora possiamo contare su negozi accoglienti, unici e riconoscibili, in grado di offrire alla nostra cliente una shopping experience sempre più personalizzata e distintiva. La ciliegina sulla torta di un anno impegnativo ma ricco di soddisfazioni, durante il quale abbiamo lavorato in un’ottica omnichannel ed abbiamo lanciato nuovi ed importanti progetti come Miroglio Retail 4.0, andando ad arricchire di contenuti e servizi tutta la catena negozi che supera i 10 chilometri di vetrine”*.

Tra gli interventi sui punti vendita italiani alcuni fiori all’occhiello tra cui i nuovi e prestigiosi Flagship Store a Milano di Elena Mirò e Caractère (entrambi in Piazza della Scala) e Motivi (in Corso Vittorio Emanuele II), mentre sugli esteri Elena Mirò Parigi (Rue Victor Hugo), tutti i corner Elena Mirò presso El Corte Inglés Spagna e Motivi con il nuovo negozio di Mosca presso lo shopping mall Evropeisky (vedi scheda allegata con tutti i principali interventi).

“L’attività di progettazione, sviluppo e realizzazione ha coinvolto, tra dipendenti interni e professionisti esterni, ben 15 progettisti, 22 project manager, 20 impiantisti, 30 aziende di arredamento, 15 aziende di impianti elettrici e di condizionamento” commenta **Fabrizio Dell’Arte, responsabile del Servizio Retail di Miroglio Fashion** che ha coordinato e gestito il progetto. *“Una sfida importante e decisamente stimolante, che è partita dallo sviluppo dei nuovi store concept dei brand Motivi, Oltre, Fiorella Rubino, Elena Mirò e Caractère per declinarsi poi su tutta la rete negozi. Si è trattato di un ‘progetto globale’, che ha coinvolto tutta l’azienda. Ognuno ha contribuito in base al proprio ruolo e alla propria competenza. Un’attenta pianificazione delle attività, un rigoroso metodo basato sul confronto continuo e sulla costante condivisione dei risultati, uniti alla grande tenacia dei vari team di Miroglio Fashion, hanno permesso a questa sfida ambiziosa di concretizzarsi e diventare una tangibile realtà”*.

Miroglio FASHION

Allegati

Il Progetto Retail 4.0

Con il progetto **Retail 4.0** Miroglio Fashion ha implementato una serie di attività tecnologicamente avanzate per migliorare efficienza e performance del retail.

Miroglio Fashion ha puntato sulla tecnologia **RFID** con etichetta tracciante per snellire i passaggi di gestione della merce in-store e ottenere precisioni inventariali elevate, con benefici su tutta la catena logistica e i processi multicanale e con impatti positivi sulle vendite.



Grazie alle “**Casse intelligenti**” sviluppate con **Oracle** Miroglio Fashion ha attivato nuove modalità di integrazione tra i negozi fisici e con il canale online. Con il “**Borsino**” si è combinata intelligenza artificiale e l’esperienza del personale per il riassortimento del magazzino centrale e lo scambio dei capi tra negozi.

Il progetto ha visto inoltre la finalizzazione di una **nuova piattaforma e-commerce** per i 5 principali brand grazie al supporto di **Salesforce Commerce Cloud**, uno dei più grandi operatori nel settore a livello mondiale.

Infine, Miroglio Fashion è stata tra i primi in Italia ad adottare **Workplace**, l’innovativo tool creato da **Facebook** per facilitare e velocizzare la comunicazione interna in azienda e tra i punti vendita.

Il nuovo Flagship store Motivi

A settembre ha aperto a Milano il nuovo Flagship Store del brand **Motivi** (Corso Vittorio Emanuele II).

Ideato e progettato per interpretare al meglio con il suo look i nuovi codici e i valori del marchio, la boutique occupa **220 metri quadrati** e nasce per proporre alle clienti una shopping experience immersiva, un vero e proprio percorso narrativo all’insegna di una raffinata contemporaneità, che esprime il glamour e la femminilità delle collezioni Motivi.



Il design è puro e luminoso grazie all’intreccio del total white e dagli accenti oro, che creano un elegante contrasto con la matericità e la concretezza del pavimento, dalla trama più marcata e dalla geometria dinamica garantita dall’interazione con la luce. L’illuminazione, in particolare, è stata pensata per evidenziare al meglio i percorsi all’interno dello store, garantendo una visibilità funzionale ai prodotti.

Un look tutto nuovo per esprimere al meglio il DNA di Motivi, fatto di romanticismo e femminilità.

Miroglio FASHION

Il nuovo Flagship store Elena Mirò

Nel mese di novembre è stato **Elena Mirò**, il brand espressione della femminilità, del prêt-à-porter dal tocco italiano, dell'expertise nella costruzione di un abito, ad inaugurare a Milano il suo primo Flagship Store.

Interamente concepito per valorizzare in ogni suo aspetto l'animo e la personalità delle proprie clienti, il negozio occupa **350 metri quadrati con 5 vetrine** su via Manzoni che si affacciano su Piazza della Scala.



Il nuovo progetto di Elena Mirò parte dalla volontà di rispettare l'heritage di un luogo dalla storia unica (risale al 1400 la prima struttura e qui ebbe i suoi natali nel 1817 il leggendario Caffè Cova). Il lavoro portato avanti dal team architetti di Elena Mirò si è "nutrito" della storia, del design, delle specificità architettoniche dell'edificio andando a ricreare al suo interno un ambiente che possiede un tono alto ma allo stesso tempo accogliente.

L'intero palazzo è anche dotato di un impianto di illuminazione esterno che restituisce valore e suggestione negli orari notturni. Una luce che proviene dal palazzo e che restituisce vita e preziosità all'edificio, rendendo Piazza della Scala ancora più magica. Un lavoro realizzato nel pieno rispetto del luogo.

Il nuovo Flagship store Caractère

Quello di Caractère a Milano è un ritorno atteso da molti. Da circa 10 anni mancava in Milano "il luogo ideale" dove poter rappresentare al meglio uno dei brand più interessanti del panorama italiano del prêt-à-porter. Dal mese di novembre tutto questo è nuovamente possibile nel cuore della città, tra via Verdi e via Manzoni, con **8 vetrine che si affacciano su Piazza della Scala. 250 metri quadrati** di stile originale e contemporaneo.



La nuova location rappresenta uno spazio unico ed esclusivo.

Un luogo dove una luce straordinaria guida ed accoglie le clienti, attraversando le vetrine che si affacciano su Piazza della Scala. Uno spazio architettonico senza tempo nel quale design e materiali contemporanei si fondono a sottolineare il saper fare italiano. Qui il marmo dialoga con i velluti, le superfici ottonate, il vetro e il legno, in uno scambio continuo di prospettive e punti focali. Una interpretazione dello spazio che si riconnette con il luogo e la sua storia, l'arte e la moda.

Con una serie di appuntamenti dedicati, che si susseguiranno nel tempo, il nuovo flagship store Caractère diventerà il luogo ideale dove le "donne di carattere" – donne che si sono distinte nelle loro attività attraverso una forte identità, il loro modo di approcciare il lavoro, la loro passione – potranno incontrarsi e raccontarsi.

Miroglio FASHION

Miroglio Fashion

Miroglio Fashion è la società del **Gruppo Miroglio**, nato nel 1947 e leader nel tessile e abbigliamento, specializzata nella moda femminile. Oggi è la **terza azienda in Italia** su questo mercato. Crea, produce e distribuisce 12 brand attraverso 1.188 punti vendita monomarca, 6 siti e-commerce e la presenza in 2.400 negozi wholesale. Oltre 10 chilometri di vetrine con i nostri brand.

Miroglio Fashion è conosciuta per i brand Motivi, Elena Mirò, Fiorella Rubino, Oltre, Caractère, Luisa Viola, Diana Gallesi, Per Te by Krizia e per la nuova start up Tailoritaly. In partnership con il gruppo turco Ayaydin realizza le collezioni Ipekyol, Machka e Twist.

Il percorso di crescita di Miroglio Fashion fa leva sulle caratteristiche che hanno reso grande l'imprenditoria italiana, come l'attenzione alle persone, un'offerta brand distintiva, la grande cura dei dettagli, il retail che offre una shopping experience intima e umana, il tutto supportato da una tecnologia di ultima generazione.

Contatti:

Miroglio Group – Press Office

press@miroglio.com

[@MiroglioGroup](#)

Via Santa Barbara 11 - 12051 Alba (CN)
tel. +39 0173 299933
fax +39 0173 299573

Via Burlamacchi 4 - 20135 Milano
tel. +39 02 5469024
fax +39 02 5461505

Close to Media

Giulia Ferrario, Cecilia Isella

Tel: +39 02 70006237 – Cell: +39 334 6267334

giulia.ferrario@closetomedia.it

cecilia.isella@closetomedia.it