

motivi

SMART COUTURE MOTIVI, LA COUTURE ACCESSIBILE

Smart Couture Motivi, per la sua terza edizione con il couturier italiano Francesco Scognamiglio, realizza il sogno delle donne di indossare l'alta moda. Abiti e accessori glamour e femminili creati con una visione inedita del concetto di haute gamme e raccontati in un progetto di moda e bellezza attraverso una strategia di comunicazione omnichannel on air dalla metà di ottobre.

Questa volta Motivi ha creato un evento site specific, facendo apparire, durante la settimana della moda milanese, dei preziosi scrigni di plexiglass in alcuni luoghi simbolo della città: piazzale Cadorna, Stazione Centrale e Corso Garibaldi.

Ogni teca conteneva un abito da sera, una clutch, un paio di stilettoes. Nessuno sapeva chi avesse disegnato quegli oggetti così preziosi e perché mai fossero racchiusi in una teca inaccessibile, decorata solo con un cuoricino rosa. C'era chi voleva toccare il materiale di quell'abito, chi avrebbe sognato d'indossare quelle scarpe, chi di aprire quella borsa.

Tutti, curiosi, passanti e fashion addicted, volevano sapere cosa si celasse dietro la scritta *Couture is Inaccessible isn't it?* Il 30 settembre, con "l'apertura" di una maxi teca in Largo la Foppa, Motivi svela l'arcano. La Couture da "guardare ma non toccare" si presenta così nella sua "accessibilità" attraverso SMART COUTURE.

"Con Smart Couture, Motivi vuole continuare a celebrare l'eleganza e la raffinatezza delle donne puntando su glamour e femminilità. Un'idea che nasce per regalare preziosità a tutte le donne del mondo. Perché tutte devono avere la possibilità di accedere all'alta moda e di sentirsi belle, seducenti, uniche. Una collezione che si compone di 12 abiti, pump, clutch e gioielli tutti disegnati da Francesco Scognamiglio, una collezione unica, in grado di far sentire le donne protagoniste della loro vita" dichiara Furio Visentin brand director.

Dal cocktail alla soirèe, dalla cena elegante alla notte nei club più esclusivi, dal party black tie alla fuga romantica, Motivi Smart Couture ha il capo ideale.

Realizzati con tessuti preziosi, dal raso duchesse stretch, alla georgette di seta, al raso con inserti di pizzo valencienne con effetto see-through, fino all'uso delle micropaillettes effetto metallizzato, questi abiti rappresentano una visione inedita del concetto di haute gamme, declinato in chiave accessibile.

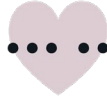
Mini dress con rouches, abitini monospalla, stampe jaquard, lunghezze palazzo, scollini sensuali, silhouette disegnate o gusto bon ton chic: per ogni occasione, per ogni donna che vuole vivere il sogno, c'è un abito Smart Couture.

Ogni dettaglio è curato come si addice a un vero capo di alta moda: ecco code a strascico appena accennate, tagli perfetti che sottolineano la figura, spalline sottili che illuminano la schiena; e rifiniture accurate, maniche a guanto e volant perfettamente arricciati, a regola d'arte.

Smart Couture verrà distribuita in alcuni negozi del brand, sarà disponibile online e sarà oggetto di trunk show nei principali negozi di catena. Georgia Fowler, da tre stagioni Angelo di Victoria Secret e Bambi Northwood, già volto del brand, saranno le protagoniste della campagna di comunicazione omnichannel che vedrà il brand on air in TV, sui principali magazine e sul digitale dal 16 ottobre all'8 novembre.

Insomma, la parola magica dell'autunno inverno 2018 di Motivi è Smart Couture.

Smart, come sono le donne di oggi. Couture, come sanno fare gli italiani.



motivi

Motivi, nato in Italia nel 1993, è oggi presente in 17 paesi con 295 negozi monomarca (di cui 191 di proprietà).

Nel corso degli anni Motivi ha saputo evolvere, affinando il modello di business e trasformandosi da semplice catena di negozi fast fashion ad un vero e proprio fashion brand "*romantico e glamour*" che valorizza la femminilità delle donne.

Un percorso di riposizionamento che si è concretizzato a partire dal 2016 con la definizione di una strategia di rilancio che ha portato Motivi a distinguersi con attività social, eventi e campagne di comunicazione. Un approccio smart e contemporaneo che ha caratterizzato ed identificato il racconto del brand.

Sono 2.400 le persone costantemente impegnate e focalizzate sull'attività del brand a livello internazionale. Presso la sede centrale, l'attività creativa è portata avanti da un nucleo di 22 persone (stile e modellismo) attorno al quale ruota un team di marketing, web, commerciale, architetti, visual di 83 persone a garantirne una crescita continua e attraverso i canali e le tecnologie più moderne.

Motivi è uno dei 12 brand di Miroglio Fashion, la terza azienda sul mercato italiano dell'abbigliamento femminile, società del Gruppo Miroglio, nato nel 1947 e leader nel tessile e abbigliamento.