



motivi

LOOK WITH THE HEART: MOTIVI INVITA A GUARDARE CON IL CUORE LA MILANO FASHION WEEK

Continua lo storytelling del brand che del cuore ha fatto la propria icon. In occasione della moda milanese occhiali rosa a forma di cuore invaderanno la città e saranno protagonisti di giganti installazioni attraverso le quali guardare il mondo che ci circonda con il cuore.

Motivi invita Milano e tutta l'Italia a guardare attraverso il cuore. Perché è il cuore di ognuno, molto più degli occhi, lo strumento per osservare e per comprendere la realtà, gli altri e tutto il mondo che ci circonda.

Look with the heart, non è solo il pay off del brand, ma vuole essere una filosofia di vita, quella di tutte le donne che possiedono un grande cuore attraverso cui guardare la vita. Perché ogni donna possiede l'infinito negli occhi, la perfezione nel corpo e un cuore immenso che guarda alla vita con amore, positività e innato stupore.

E siccome i riti, gli appuntamenti fissi, sono quei momenti che riescono a mantenere vive le relazioni di amicizia e d'amore a cui sono legate le emozioni dell'attesa, della felicità e della sorpresa, per la quarta stagione consecutiva, Motivi, fa battere il proprio cuore.

Lo fa, in occasione della Milano Fashion Week di Febbraio, quando il brand vestirà le vetrine dei suoi 215 negozi con grandi occhiali a forma di cuore ed una special selection di capi della SS19, pensata appositamente per portare in tutta Italia il sapore e la bellezza della settimana della moda milanese in modo creativo, glamour e romantico.

A Milano con un'operazione di guerrilla marketing il brand distribuirà cinquemila paia di occhiali rosa a forma di cuore ed in Piazza XXV Aprile, Piazza Argentina e Corso Vittorio Emanuele, nel flagship store del brand, compariranno delle installazioni fuori scala per tutti coloro che vorranno prendersi una pausa e guardare il mondo con il cuore.

Chi avrà voglia potrà inoltre partecipare all'evento scattando una foto per il canale Instagram del brand #motividicore e partecipare ad un Instagram contest.

Tra le foto postate quella che più ricorderà che per cogliere la vera bellezza serve il filtro dei sentimenti, vincerà un'experience indimenticabile: un glamping esclusivo che regalerà la possibilità di trascorrere un weekend in una bubble room trasparente da cui guardare il mondo.

Perché si vede bene solo con il cuore. L'essenziale è invisibile agli occhi.



motivi

Motivi, nato in Italia nel 1993, è oggi presente in 13 paesi con 278 negozi monomarca (di cui 180 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 1.100 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 20 persone (stile e modellismo) attorno al quale ruota un team di marketing, web, commerciale, architetti, visual di 70 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.