

ELEGANZA, STILE E CONTEMPORANEITA': NASCE IL NUOVO STORE CONCEPT OLTRE

SHOPPING EXPERIENCE UNICA A CASA OLTRE

Oltre pensa alle donne, alle loro personalità e crea un luogo che possa accoglierle e farle sentire speciali.

Nasce Casa Oltre, il progetto del marchio di abbigliamento femminile, che fa capo a Miroglio Fashion.

Il restyling dei negozi è parte integrante di una strategia di riposizionamento del marchio che coinvolge tutti gli aspetti della propria identità.

Collezioni femminili ed eleganti create per una donna autentica e dinamica (core target 35-45 anni), una nuova campagna di comunicazione che verrà lanciata nel secondo semestre 2017 e una visual identity rinnovata per arrivare quindi alla riprogettazione degli store.

Visione che si discosta profondamente dalle dinamiche del mass market, andando a creare invece un ambiente avvolgente, in cui sentirsi a proprio agio e poter essere seguite e indirizzate tramite i consigli del personale qualificato.

I negozi di Parma, Piacenza e Sassari sono stati i primi della rete dei 210 negozi ad essere rinnovati, a cui seguiranno tanti altri punti vendita, per arrivare a 70 operazioni di restyling entro il 2017.

“Volevamo che la nostra cliente si sentisse come a casa di un’amica. Ed è proprio alla casa che ci siamo ispirati per il design, le ambientazioni, i materiali e le finiture che caratterizzano il nuovo format”, dichiara Furio Visentin, Brand Director del marchio.

Gli ambienti sono infatti accoglienti e ricercati, prevale l’eleganza del legno di rovere per i complementi d’arredo, i lampadari intrecciati in filo di cotone, i toni chiari ad illuminare gli spazi.

Tratto distintivo della visual identity il *pattern floreale*, utilizzato come stampa per la carta da parati degli store, e che caratterizza i materiali illustrativi del brand, a creare una comunicazione omogenea, peculiare e integrata.

I nuovi negozi Oltre nascono per offrire una shopping experience contemporanea e coinvolgente, come lo stesso Visentin chiosa: “Vogliamo invitare la donna Oltre nella nostra casa e lasciarla libera di curiosare negli armadi, aprire i cassetti e scoprire il capo che è stato pensato apposta per lei.”

Il Gruppo Miroglio ha annunciato un grande piano di rinnovamento di 300 punti vendita in 300 giorni, su tutto il territorio nazionale, nel corso del 2017. Il progetto, che tra restyling e nuove aperture coinvolge i punti vendita di 8 brand del Gruppo piemontese del tessile e della moda - da **Motivi** e **Oltre** a **Elena Mirò**, **Fiorella Rubino**, **Caractère**, **Diana Gallesi**, **Luisa Viola** e **Per Te by Krizia** - prevede un investimento pari a 15 milioni di euro.

*“Questo piano straordinario di investimenti per valorizzare la nostra rete di negozi si inserisce nella più ampia strategia di rilancio di Miroglio Fashion” ha commentato **Hans Hoegstedt**, nuovo Ad di Miroglio Fashion. “In un mercato molto dinamico che va sempre più verso la massificazione, come quello della moda, è fondamentale saper essere sempre più vicini, sia online che offline, ai desideri delle clienti, e riuscire ad offrire loro un’esperienza nei negozi sempre più distintiva e personalizzata, unica per ogni marchio. Pensiamo sia questa la ricetta vincente, per un’azienda storica della moda italiana come Miroglio, per continuare a operare con successo nel mercato italiano ed internazionale”.*