

BACK TO WORK

24

Informazioni preliminari Azienda B6

11 Dicembre 2017 – h.17.00

Il Sole 24 Ore - Via Monte Rosa 91 - Milano

La società è un'azienda multisetoriale, che opera nel settore della **produzione video-cinematografica** e dell'**abbigliamento**.

I due business, se a primo impatto sembrano scollegati fra loro, sono in realtà parte del **macro progetto della società**, che intende unirli in un **rapporto** di doppia entrata per l'azienda, nella quale si ricaveranno le risorse dal primo per lo sviluppo del secondo e viceversa.

La società vuole inserirsi nel mercato dell'abbigliamento in una categoria definita come lusso accessibile, inizialmente con una collezione di capi femminili, prodotti con **attenzione verso l'ambiente** e **cura del dettaglio**.

L'azienda intende affermarsi anche come **capostipite** e **leader** del settore in **Italia** e, successivamente, muoversi in **Europa** e nel mondo, utilizzando il **web** come piattaforma cardine, ma non disdegnando un futuro ingresso nel mondo della **televisione**.

«Ideare e creare un brand di lusso – quindi curato nei dettagli ed elegante – ma accessibile, che si sfregi del marchio del Made in Italy al 100% e che sia attento all’ambiente.»



L'**obiettivo** finale della società è la realizzazione della mission, attraverso **qualità** e **green vision**, entrando in un mercato competitivo con idee nuove e funzionali, che si trasformino in profittevoli.



Nel medio periodo attraverso la creazione di una **brand awareness** sempre più consolidata e l'espansione del secondo business core dell'azienda si otterrà la creazione del legame fra **prodotto** e il **brand entertainment**. Questo consentirà all'impresa una consistente **market entry** che gioverà in modo congiunto ai due business.

Il **business model** dell'azienda si basa essenzialmente su due prodotti principali: un **linea di abbigliamento** e la produzione video-cinematografica con scopi di **brand entertainment**. Come detto in precedenza, l'idea alla base è la **sinergia** profittevole dei due business, in modo da trarre benefici bilateralmente.



- ✓ La linea di capi di abbigliamento sarà collocata in una fascia di prezzo poco al di sotto del luxury e sarà indirizzata ad una fascia di pubblico **femminile** fra i 18 e 70 anni, con particolare focus al **range 30-55 anni**, dove è stato individuato il **target principale** di clientela per caratteristiche sociali e di disponibilità economiche.



- ✓ La società si muoverà anche in campo cinematografico con la produzione di questi **video** a scopo di brand entertainment. Ossia una **pubblicità** che si sviluppa sull'idea di **pull-not-push**, e si caratterizza per non essere invasiva, ma anzi deve invogliare lo spettatore a vederla. Infatti, questa web serie è creata con lo scopo di rendere armonioso l'inserimento di specifici brand all'interno.

L'azienda offre sul mercato capi di abbigliamento ideati e prodotti direttamente da loro, inoltre, si pone come interlocutrice a livello di pubblicità innovativa.

- La produzione di capi d'abbigliamento sarà di **nicchia**, con circa 30-60 indumenti nuovi per stagione in **edizione unica** e la possibilità da parte dei clienti di modifiche sartoriali su misura o eventualmente di piccole implementazioni di stile. I prodotti saranno totalmente **Made in Italy** e **ecologici**. Questo permetterà di raggiungere un target più esteso, includendo appassionati di moda e persone con propensione all'ecologia. La collezione che adesso è solo femminile, ma sarà ampliata con l'andare del business, è già **variegata** con capi dalla giacca alla gonna, passando per camicie e pantaloni.
- La strategia per il brand entertainment sarà invece sviluppata in due sottofasce. La prima è la **propria pubblicità** all'interno dei video. La seconda è l'inserimento graduale di **altri brand** nei **cortometraggi** a fini pubblicitari, andando così a concretizzarsi la **prima** forma di brand entertainment **in Italia**.



La società prevede di attuare una strategia basata sui seguenti step comuni a entrambi i business, che nella visione dell'azienda hanno uno sviluppo parallelo e complementare:

- **Realizzazione della prima mini-serie e completamento della collezione di capi.**
Questi due passi saranno fondamentali per l'intera prosecuzione dell'idea di business
- **Creazione del sito di e-commerce per iniziare la market entry e sponsorizzazione dello stesso**
Apertura di pagine sui social network per far nascere curiosità sul brand
- **Lancio ufficiale del brand**
- **Consolidamento della posizione e del nome & ampliamento sul mercato nazionale ed estero**
Le operazioni di consolidamento e ampliamento saranno strutturate in processi di standardizzazione e relativo aumento della produzione, con focus sui prodotti rivelatisi più appetibili in termini di vendite.
Apertura ad altre aziende del brand entertainment.

Punti di forza e di debolezza



Capi Made in Italy ed eco-friendly



Prima azienda nel settore del brand entertainment in Italia



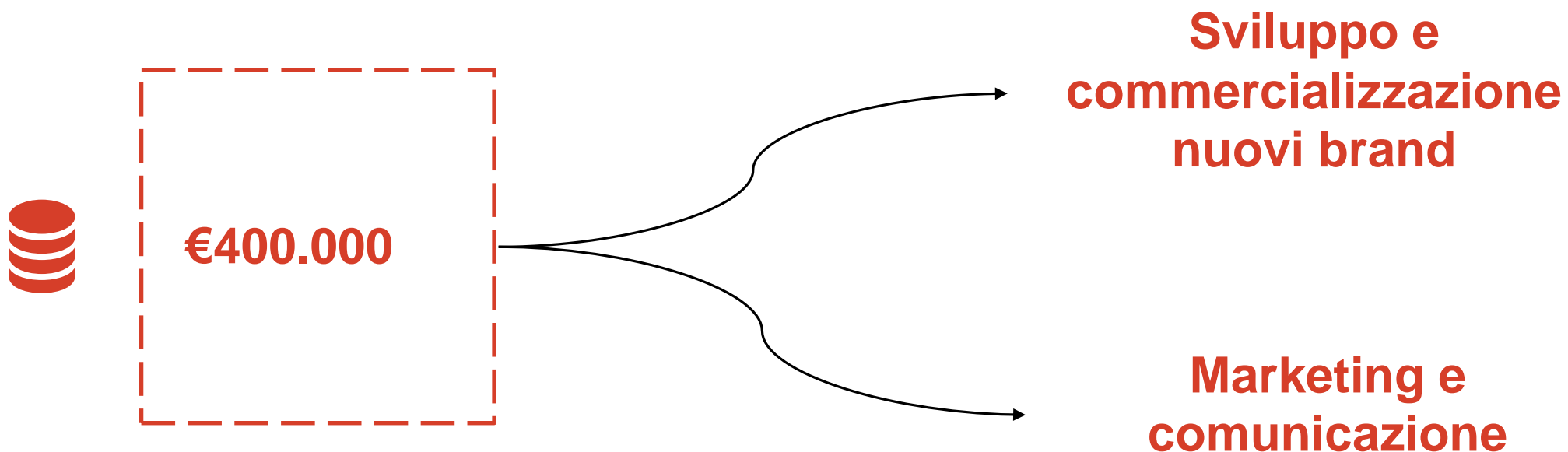
Possibilità di espansione internazionale



Possibilità di plagio da aziende concorrenti



Il capitale sarà investito in:



**Profilo manageriale richiesto:
Direttore commerciale**