

IMPLEMENTAZIONE DELLA RETE DISTRIBUTIVA E ATTENZIONE ALLA COMBINAZIONE QUALITÀ-PREZZO

Ovs industry amplia il network e apre store stand alone

Hélène Battaglia

Artefice insieme all'insegna Coin del recente rilancio economico-finanziario di Gruppo Coin, Oviess è la prima catena in Italia per quota di mercato nel settore abbigliamento contando oltre 354 negozi in Italia e nel mondo (al 31 gennaio 2009). Lanciata nel 1972, è stata recentemente oggetto di un piano di rinnovamento sia d'immagine sia dell'intera rete commerciale. Un riposizionamento strategico rivelatosi un'operazione commerciale di forte impatto: nonostante una congiuntura sfavorevole, Oviess ha realizzato, infatti, 803,7 milioni di euro di vendite nette a fine esercizio



I nuovi spazi Ovs industry richiamano l'ambientazione di loft metropolitani post industriali

1. Nuova strategia di prodotto
2. E pdv con maggior appeal commerciale

2008 registrando una flessione contenuta pari a -2,1% sul 2007. Al fine di consolidare la forte brand awareness di cui Oviess gode da anni presso le famiglie italiane, nel 2007 è approdato sul mercato il nuovo format commerciale Ovs industry. Tra gli obiettivi annunciati, l'ampliamento graduale del network Ovs industry tramite la riconversione dell'intera rete preesistente a insegna Oviess e l'apertura di nuovi negozi, in gestione diretta e in franchising in Italia e solo franchising sui mercati

esteri. Nel 2008, 26 negozi Ovs sono stati ristrutturati, mentre sono stati aperti 24 punti di vendita sui mercati esteri (Europa dell'est e medio oriente). A implementare ulteriormente la rete commerciale saranno anche i 60 negozi, convertiti in Ovs industry, della catena di abbigliamento Melablu, ex Tre.bi spa, acquisita nel dicembre 2008. Inoltre, il piano di sviluppo della rete di vendita Ovs industry prevede l'apertura di negozi in formato stand alone e in franchising a insegna Baby Angel (2 negozi a giugno 2009), la linea pensata in esclusiva da Elio Fiorucci per Ovs industry, e a insegna Ovs Kids, il nuovo store format interamente dedicato al mondo del bambino (2 negozi a giugno 2009). Entro la fine del 2009 saranno circa 400 i punti di vendita sull'intero territorio italiano (di

cui metà con la nuova immagine) e circa 70 all'estero.

L'OFFERTA

La rivoluzione avvenuta in casa Oviess ha contaminato anche lo stile delle collezioni del nuovo brand Ovs industry (donna, uomo e bambino). Il contenuto stilistico dei prodotti è stato ripensato e si caratterizza per un'attenzione alla qualità sempre maggiore. Il prezzo di vendita è tuttavia rimasto attrattivo nel rispetto dalla filosofia aziendale: "Creiamo, selezioniamo e produciamo abbigliamento di qualità, sempre al giusto prezzo". In linea con la nuova strategia di prodotto, il team interno di stilisti Ovs idea capi fashion direttamente ispirati ai trend internazionali e adatti alle esigenze dei consumatori di oggi. Tutti i prodotti sono realizzati nel rispetto delle più rigide nor-

me nazionali e internazionali di social responsibility. Inoltre, l'ufficio stile è sempre più attento a inserire bio-cotton nelle col-

OVIS IN CIFRE

(dati al 31 gennaio 2009)

803,7 mio di euro	il fatturato fine esercizio 2008
354	i negozi Oviess (al 31 gennaio 2009)
252	quelli di proprietà in Italia
61	i pdv in franchising in Italia
38	quelli all'estero



- Buon rapporto qualità-prezzo
- Brand awareness

- Mercato concorrenziale

Forte brand awareness presso le famiglie italiane

	 Oviesse	 Baby Angel
Posizionamento	Medio/medio-basso	Medio/medio-basso
Core target	La famiglia	Giovani ragazze glamour
Pay off-mission aziendale	Creiamo, selezioniamo e produciamo abbigliamento di qualità, sempre al giusto prezzo	Creiamo, selezioniamo e produciamo abbigliamento di qualità, sempre al giusto prezzo
Comunicazione	Pop material Sito www.oviesse.com Campagna advertising stampa e affissione	Pop material Sito www.babyangel.it Campagna advertising stampa
Pricing	Donna (prezzo medio): capo spalla 59,90 euro; pantalone 25,90 euro	-
Merchandising	Complementarità tra abbigliamento e accessori	Gli accessori, ispirati al vintage, completano perfettamente gli abbinamenti proposti

Fonte: elaborazione dell'autore © MARK UP

lezioni. I capi dedicati al bambino vantano la certificazione Oeko-Tex che garantisce al consumatore che nessun colorante o prodotto contenente sostanze nocive è stato utilizzato durante la produzione. Dalla collaborazione con lo stilista Elio Fiorucci è nata la linea Baby Angel. Una linea femminile fashion e frizzante per le ragazze giovani. Da aprile scorso, l'offerta dedicata ai più piccoli chiamata Fagottino si è arricchita di una serie di articoli disegnati e realizzati da Inglesina in esclusiva per la catena e venduti in oltre 130 negozi Ovs industry in tutta Italia. Lanciata nel gennaio 2009, la collezione A/I 2009 di calzature Adi-

das Style Essentials (la più recente collezione della divisione Adidas Sport Style) sarà commercializzata, in Italia, a partire da ottobre, in più di 100 store Ovs industry.

OVS INDUSTRY

Con il lancio del nuovo format di negozi Ovs industry è stato rivoluzionato l'intero universo Oviesse preesistente. Parte della rete commerciale è stata oggetto di un restyling completo. I nuovi negozi a insegna Ovs industry sono volutamente arredati come immensi e moderni loft metropolitani post industriali con mattoni a vista e travi in acciaio e dettagli ricercati dal gusto vin-

tage. Questi nuovi fulcri di creatività e raccoglitori di nuove tendenze offrono linee fast fashion attraverso collezioni e accessori per uomo, donna e bambino di Ovs industry e Baby Angel. Dal tradizionale family store, caratterizzato da un arredamento prevalentemente asettico e anonimo, il negozio Oviesse, oggi Ovs industry, si è trasformato in un negozio più moderno dotato di una proposta merceologica rivisitata in chiave più attuale, con maggior appeal commerciale. Obiettivo della catena è quello di far diventare i suoi negozi il luogo ideale dello shopping per clienti curiosi e attenti allo stile oltre che alla qualità. Inaugurato il 20 settembre del 2007, lo spazio commerciale milanese (700 mq) di San Babila è uno degli store più rappresentativi di questa trasformazione avvenuta negli ultimi due anni e che ha regalato un nuovo volto all'insegna Oviesse.

LA DISTRIBUZIONE

A rappresentare l'insegna Oviesse sono oltre 354 negozi tra Italia ed estero (252 negozi di proprietà in Italia e 3 in Slovenia, 61 negozi in franchising in Italia e 38 all'estero; dati al 31 gennaio 2009). Entro la fine del 2009 si prevede il raggiungimento di circa 400 punti di vendita sul territorio italiano (di cui metà con la nuova immagine) e circa 70 all'estero. Nell'ambito del progetto di graduale conversione della catena di negozi Melablu, il solo mese di maggio 2009 è stato segnato dall'apertura quasi contemporanea di 16 nuovi store a insegna Ovs industry.

Oltre all'ampliamento della rete commerciale sul mercato interno, Gruppo Coin porta avanti il suo progetto di diffusione della nuova insegna anche all'estero. Dopo l'inaugurazione di Sarajevo, nel maggio 2009, le città di Dubai, Damasco, Aleppo, Tallinn e Chisinau hanno aperto il loro primo negozio Ovs industry in franchising, la soluzione prediletta dal gruppo per la sua espansione sui mercati esteri. Forte del successo riscontrato presso le consumatrici, la linea Baby Angel è diventata protagonista di un progetto di franchising in format stand alone: alcuni mesi fa, le città di Loano e Trento hanno accolto i 2 primi negozi interamente dedicati al brand Baby Angel.

Sulla scia dello sviluppo di nuovi store format stand alone di piccole dimensioni, sono stati inaugurati, lo scorso maggio, a Napoli e a Dora (To) i due primi Ovs Kids, un format interamente dedicato al mondo del bambino.



L'offerta si connota per un'attenzione alla qualità e al prezzo

Portafoglio brand di Oviesse

	 Ovs Industry	 Baby Angel
	Abbigliamento (uomo, donna e bambino)	Abbigliamento
	Underwear	Accessori
	Accessori	

Fonte: elaborazione dell'autore © MARK UP