

Home / Business / Primo Lancio La Borsa Dalia: Conforama Debutta Nella Pelletteria: Obiettivo Diventare Un Brand Lifestyle

PRIMO LANCIO LA BORSA DALIA

Conforama debutta nella pelletteria: obiettivo diventare un brand lifestyle

13 luglio 2021



Conforama debutta nella pelletteria e si candida a diventare in Italia un brand lifestyle a 360 gradi. Il progetto di diversificazione passa attraverso la creazione di un nuovo marchio **DA A** e da una linea di shopping bag battezzata **DAlia**.

«Vogliamo essere protagonisti nel sostenere l'eccellenza e la migliore creatività italiana. Il lancio del brand, l'arrivo nei negozi del primo modello di borsa sono il segno che il nostro marchio è forte e ottimista, pronto per crescere e rinnovarsi», ha raccontato il ceo di Conforama Italia **Eric Joselzon**, con un passato nel settore della pelletteria e una lunga militanza nel gruppo **Ppr** (oggi **Kering**).



La collezione, ideata in Veneto e sviluppata dall'azienda marchigiana **Tigamaro**, nasce con uno sguardo attento sulla responsabilità ambientale e sociale: le borse sono state prodotte utilizzando scarti di lavorazione della pelle e contrassegnate da un'etichetta con numero identificativo che permette la tracciabilità.

Per iniziare **DAlia** è venduta online e in tre dei 19 punti vendita italiani di Conforama (Milano, Cagliari, Latina), dove sono stati realizzati degli shop in shop dedicati, con pareti espositrici di otto metri.

«Volevamo far capire che per noi non si tratta di vedere merchandising - aggiunge Joselzon -. Il nostro obiettivo è quello di raggiungere nuovi clienti sia per età che per cultura. Le borse sono un primo tassello del nuovo corso, ma l'attenzione allo stile all'artigianalità e al green caratterizzerà anche le linee di arredo».

Gestito da un team creato ad hoc, che coinvolge anche alcuni fashion designer abituati a frequentare le passerelle parigine, il progetto di diversificazione di Conforama in Italia nasce per accrescere il valore del brand creando "oggetti esclusivi" e generando nuovo valore di marca ma anche economico.

«Non ci siamo dati obiettivi economici immediati, ma pensiamo che le borse, oltre ad altri progetti come la piccola pelletteria, a cui stiamo lavorando, potranno contribuire a innovare l'immagine del marchio, ma anche alle vendite», conclude il ceo di Conforama Italia, che fattura 250 milioni di euro ed è controllata da **Steinhoff International Holding**.

an.bi.

Hai domande o commenti su questo articolo?
Invia una e-mail alla [redazione](#).