

L'insegna del gruppo **Coin** investe 30 milioni nel nuovo format. Quotazione entro fine anno

Una boutique Ovs alla milanese

Il plus: collezioni in edizione limitata e camerini interattivi

DI FRANCESCA SOTTILARO

L'insegna di maggior successo del gruppo **Coin**, ovvero l'abbigliamento targato **Ovs** che «con i suoi marchi (Ovs, Ovs Kids) genera il 95% dei risultati economici della holding», dice l'a.d. di **Coin Stefano Beraldo** «e i 3/4 del fatturato (a poco meno di 1 mld di euro)», è pronta a camminare da sola. Da un lato con la quotazione, riconfermata ieri da Beraldo «entro la fine dell'anno», dall'altro con l'inaugurazione di nuove insegne premium e interattive, come quella che apre oggi i battenti in

via Dante a Milano.

Il format è quello di una boutique Ovs «ma alla milanese», ridotta negli spazi (curati da Vincenzo De Cotiis Architets) ma non nell'offerta, con collezioni in edizione limitata a etichetta Ovs Dante (disponibili fuori dal negozio solo online) e con i camerini interattivi, grazie all'accordo con **Google enterprise** che firma i servizi digitali in store e di comunicazione tra negozio e azienda (si veda *ItaliaOggi* del 27/5).

Per il negozio di tre piani, con moda uomo, donna e accessori, trasformato per l'inaugurazione milanese in giardino tropicale, il gruppo ha

investito «30 milioni di euro», spiega **Francesco Sama**, managing director di

Ovs, «mentre in comunicazione spenderemo il 50% in più dell'anno scorso (il budget era di circa 3 milioni di euro)». Una voce destinata a crescere anche dopo l'arrivo del marketing and e-commerce director, **Roberto Chiappa** (con esperienze in Prenatal e prima ancora di Procter&Gamble).

Conforme al nuovo corso sarà anche la campagna pubblicitaria «che cominceremo a girare la settimana prossima qui a Milano», dice Sama. E si lavorerà pure per non diluire il concetto del brand sulle diverse insegne. Solo a Milano, da via Dante

ai Navigli, si incontrano tre store di foggia totalmente diversa. «Quello che conta è l'offerta merceologica e il cliente», spiega Beraldo, «ma poi cercheremo di ampliare anche i camerini digitali ai maggiori negozi».

A proposito di store, il gruppo ampliarà la catena (che in 9 anni è passata da 200 a 540 insegne) con 80 nuovi punti vendita Ovs in Italia e 40 all'estero, solo 4 nel nuovo format, anche per bambini a Bari. «Ovs Kids ci sta dando enormi risultati e stiamo giocando praticamente da soli la partita del fast fashion dei piccoli», conclude l'a.d. del gruppo **Coin**. «Continueremo ad aprire insegne sia stand alone che nei corner soprattutto all'estero dove siamo presenti in 35 department store El corte Inglés».

© Riproduzione riservata



Sopra, due immagini di Ovs Via Dante e, a destra, un capo in edizione limitata

Stefano Beraldo



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.