



OVS E VALEMOUR DI NUOVO INSIEME PER IL PROGETTO DI UPCYCLING "RE-UP" DEDICATO AL RECUPERO DI CAPI INVENDUTI SECONDO I PRINCIPI DI UPCYCLING

Gli studenti del triennio in Fashion Design del Campus di Roma di NABA, Nuova Accademia di Belle Arti, hanno ideato il concept creativo per il progetto di OVS con il generatore d'impresa della fondazione Più di un Sogno

Venezia, maggio 2024 – Torna negli store OVS la collezione RE-UP che recupera i capi OVS invenduti dando loro una nuova vita grazie alla personalizzazione realizzata dai **giovani di Valemour, il generatore d'impresa della fondazione veronese Più di un Sogno**, nato per favorire l'inserimento lavorativo di persone con disabilità intellettiva coltivando la relazione tra imprese profit e non profit.

Re-UP, in vendita a maggio 2024 in alcuni store OVS e su ovs.it, propone una selezione di capi, t-shirt e denim per l'uomo e la donna, personalizzati e resi unici grazie alle stampe serigrafiche realizzate a mano dai giovani di Valemour.

Il concept creativo che identifica la nuova edizione del progetto è: *Techwave*, dalla fusione di "technology" (tecnologia) e "wave" (onda). **Ideate da una classe di studenti del campus di Roma del triennio in Fashion Design di NABA, Nuova Accademia di Belle Arti**, le creazioni dei giovani di Valemour prendono infatti ispirazione dalle forme e dai colori vivaci dei circuiti tecnologici, combinati con le linee curve e armoniose delle opere d'arte di Kim Tschang, l'artista noto per le gocce d'acqua che caratterizzano la sua produzione artistica. Per realizzare le stampe sono state utilizzate **tinture ricavate da scarti tessili, fornite da Officina +39**.

«RE-UP racchiude in un'unica iniziativa i temi della circolarità nel senso più ampio, sia ambientale che sociale - afferma **Simone Colombo Head of Corporate Sustainability di OVS**. Abbiamo voluto proseguire con questo progetto che, grazie alla collaborazione con Valemour, ci permette di contribuire a generare valore per la comunità, focalizzandoci contestualmente sull'upcycling per riciclare e ripensare prodotti già esistenti. Inoltre coinvolgere studenti di moda in progetti come RE-UP significa formare la nuova generazione di designer su come integrare la sostenibilità nella fase di ideazione del prodotto»

Un modello ben chiaro a **Marco Ottocento**, che ha fondato la realtà Valemour nel 2010, che oggi crea opportunità di inclusione lavorativa per più di quaranta persone con disabilità intellettiva, ed è ben conosciuta dall'industria della moda e riesce ad attrarre le aziende grazie a un'idea semplice e contemporanea. Nelle parole di Ottocento: «Il nostro impegno è creare comunità accoglienti verso le fragilità e le imprese sono tra le realtà più importanti della nostra vita personale dopo la famiglia e la rete di amicizie. Partire dalle imprese, per favorire l'inclusione sociale di persone con disabilità intellettiva, significa generare un modello contagioso. In questo caso è avvenuto grazie alla bellezza dei prodotti RE-UP e l'unione dei talenti di tutti coloro che hanno contribuito alla loro realizzazione».



About OVS

OVS S.p.A. è leader in Italia nell'abbigliamento donna, uomo, bambino con una quota di mercato, in costante crescita che ha raggiunto il 9,6%.

Opera attraverso i marchi OVS, OVS Kids, Upim, BluKids, Stefanel, CROFF. OVS gestisce un portfolio di brand, ciascuno con il proprio lifestyle, che sviluppa internamente. PIOMBO, simbolo di stile ed eleganza italiani, con un tocco di eccentricità. B.Angel, donna young contemporary. Everlast, un "must" nell'active e nello sportswear. Shaka Innovative Beauty, dedicato all'easy make- up e skincare.

L'azienda è leader indiscusso nel mercato italiano dell'abbigliamento bambino con una quota di mercato a doppia cifra.

OVS Spa conta oltre 2000 negozi in Italia e all'estero e nel 2023 ha registrato vendite pari a 1.536 milioni di euro e un EBITDA di €147,2 milioni di Euro.

OVS Corporate Communications & PR

T. 041 2397673 – 02 48029623

Vania Rinaldi vania.rinaldi@ovs.it

Danila Barbieri danila.barbieri@ovs.it