



**2** 30 Punti vendita in tutta Italia, metà dei quali in formula franchising, oltre 1 milione di clienti fidelizzate, più di 550 dipendenti.

Questi sono solo alcuni dei numeri vincenti con cui Camomilla Italia si affaccia al 2018. Ambiziosi e di ampio respiro i progetti per il nuovo anno che prevedono in primis l'espansione del brand nei mercati esteri e il go live di una rinnovata piattaforma E-commerce che implementerà il processo di omnicanalità. Così racconta Mario Pierro, amministratore unico di Cmt-Compagnia manifatture tessili Srl, proprietaria del marchio Camomilla.

**Vuole ricordare come e quando nasce il brand?**

Il brand nasce nel 1974 da un'idea imprenditoriale di mio padre, Luigi Pierro, vantando ad oggi oltre 40 anni di storia nel settore fashion italiano. Dopo la scomparsa di mio padre, il testimone è passato a me e le mie sorelle: Annamaria (direttore generale) e Giorgia, responsabile dell'ufficio stile.

**Che cosa lo caratterizza?**

Gli elementi che caratterizzano il nostro brand sono chiari: attenzione per il cliente; stile italiano; esaltazione della bellezza femminile.

**Cosa rappresenta oggi Camomilla per l'universo femminile? Camomilla Italia è?**

Il brand Camomilla Italia è sicuramente sinonimo di una femminilità contemporanea e in continua evoluzione. Abbraccia target e tipologie di donne differenti, che riescono però a riconoscere nelle nostre collezioni la propria impronta di stile.

**Quanti punti vendita avete in Italia?**

Attualmente contiamo 230 pdv in tutta Italia.

**Contate di aprirne altri?**

La nostra rete commerciale, grazie ad una business unit dedicata, è sempre in continua espansione, con una media di circa 30 nuove

# CAMOMILLA ITALIA

## *Al via l'omnicanalità*

*L'amministratore unico Mario Pierro: "Siamo pronti all'espansione del brand nei mercati esteri e il go live di una rinnovata piattaforma E-commerce che implementerà il processo di omnicanalità".*

**DI SERGIO GOVERNALE**

“ *Gli elementi che caratterizzano il nostro brand sono chiari: attenzione per il cliente; stile italiano; esaltazione della bellezza femminile.* ”





“ *Il brand Camomilla Italia è sicuramente sinonimo di una femminilità contemporanea e in continua evoluzione. Abbraccia target e tipologie di donne differenti, che riescono però a riconoscere nelle nostre collezioni la propria impronta di stile.* ”

aperture l'anno. Di fondo, per ogni nuova apertura, c'è sempre una strategia che contempla la massima eterogeneità e capillarità per garantire una migliore presenza sul territorio.

**Dove siete presenti all'estero?**

Insieme al nostro trade office, nato all'incirca un anno fa, ci stiamo muoviamo principalmente nel mercato russo, grazie anche alla nostra partecipazione al CPM di Mosca, fiera di respiro internazionale dedicata al fashion business. La prima, di cui Camomilla Italia è stata anche sponsor, si è tenuta nell'agosto 2017, e siamo adesso in preparazione per la fiera di febbraio 2018.

**La partecipazione alle fiere internazionali è utile per rafforzare la brand awareness?**

Essere presenti in contesti così settoriali è fondamentale per l'azienda che sta definendo la propria strategia per posizionarsi nei mercati internazionali.

**E in quali mercati intendete arrivare?**

Attualmente stiamo intercettando nuovi mercati di sbocco. Tra quelli che riteniamo più interessanti ci sono i paesi del Medio Oriente e gli ex paesi del CSI (Comunità degli Stati indipendenti).

**In quali progetti siete attualmente impegnati?**

Il progetto che ad oggi vede impegnata tutta l'azienda in modo serrato, è l'implementazione della nostra piattaforma E-Commerce, nata nel 2014. Il lancio del nuovo Digital Store prevede la collaborazione con un'agenzia dal respiro internazionale, perfettamente in linea con il processo di espansione estera già intrapreso. Il Focus on di questo progetto è l'omnicanalità: una perfetta integrazione tra gli oltre 230 punti vendita e il canale online, il tutto per generare la massima customer experience. Il go live del sito prevederà una fruibilità ottimale per l'utente sia da desktop sia da mobile, così da massimizzare al meglio la user experience.

**Ne avete altri in programma?**

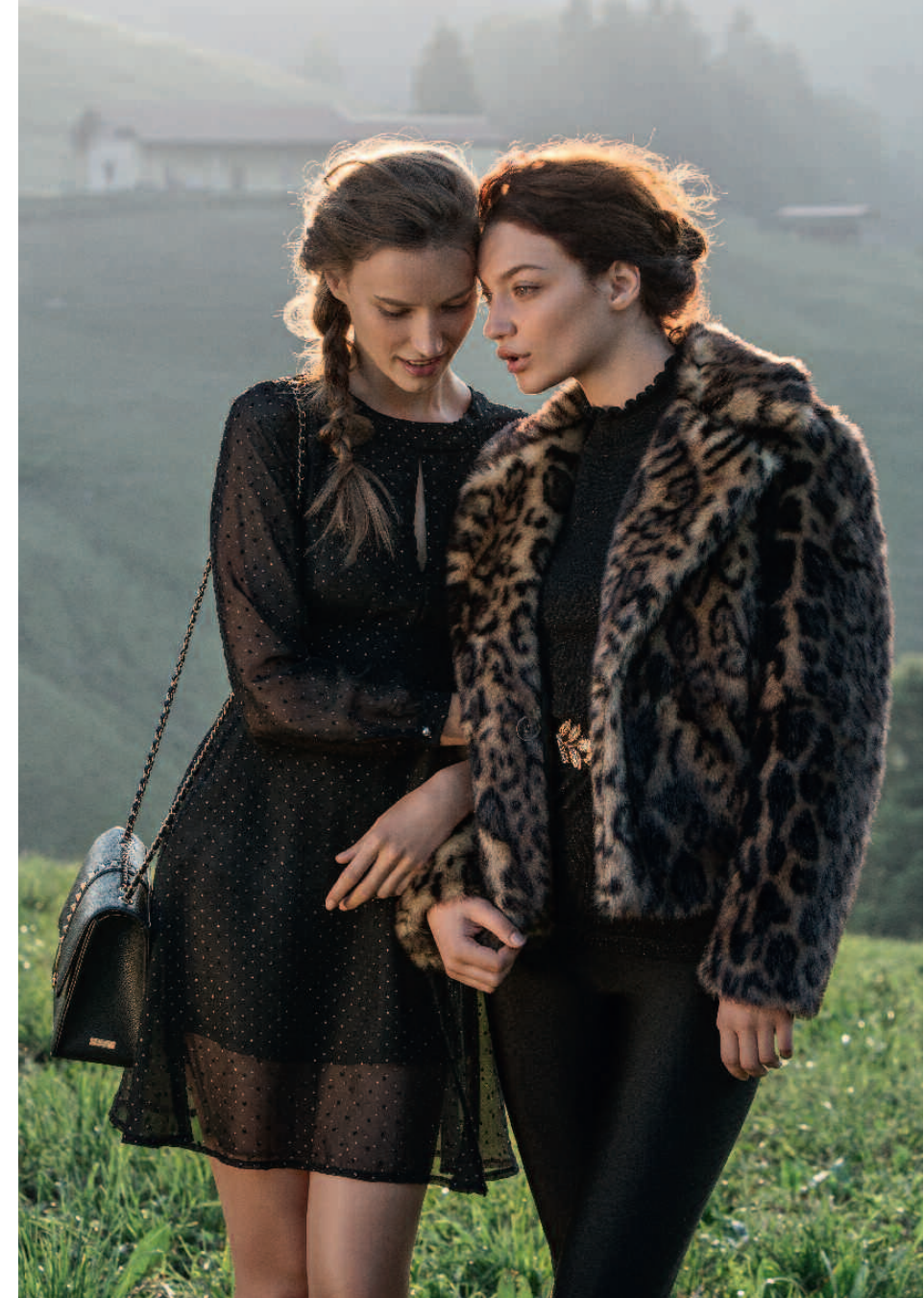
Ogni nostra attività è pensata per appagare il più possibile le nostre clienti nella propria esperienza di acquisto. Per questo motivo per la nuova stagione stiamo lavorando anche al progetto Gift card, che sarà disponibile online ed offline e spendibile in modo trasversale su entrambi i canali, così da amplificare l'esperienza di shopping.

**Ci parla della collezione primavera/estate 2018?**

La collezione nasce come sempre dalla volontà di cavalcare i trend di stagione, senza però perdere di vista l'inconfondibile firma di stile di Camomilla Italia. È pensata per soddisfare le esigenze di ogni tipo di donna, che ama sentirsi unica e speciale in ogni momento della giornata.

**Finora il claim di Camomilla è stato women never stop: quale sarà quello futuro?**

Il claim "women never stop" è ormai parte integrante del nostro brand. Rappresenta appieno la tipologia di donna che incarna Camomilla Italia, una donna in continuo movimento, in continua evoluzione, che non si ferma mai. Anche per il futuro continueremo dunque ad incarnare questi valori ormai parte integrante del nostro brand. ■



“ *Il progetto che ad oggi vede impegnata tutta l'azienda in modo serrato, è l'implementazione della nostra piattaforma E-Commerce, nata nel 2014. Il lancio del nuovo Digital Store prevede la collaborazione con un'agenzia dal respiro internazionale, perfettamente in linea con il processo di espansione estera già intrapreso. Il Focus on di questo progetto è l'omnicanalità: una perfetta integrazione tra gli oltre 230 punti vendita e il canale online.* ”