



# MEWO

*non solo gioielli*

*Il brand made in Naples punta anche sugli accessori: orologi, borsette, portafogli, cinture, penne e occhiali.*

*Il patron Nardi: "Cresceremo in Italia e all'estero"*

**DI SERGIO GOVERNALE**

**N**on solo bijoux, ma anche orologi, borsette, portafogli, cinture, penne e occhiali. Così l'imprenditore partenopeo Maurizio Nardi vede il futuro di Mewo. L'obiettivo è quello di imporsi nel mercato della gioielleria e degli accessori in ambito nazionale e internazionale, con l'ambizione di espandere presto il proprio mercato anche nel settore degli accessori. La collezione maschile lanciata a ottobre 2016 ha inaugurato un percorso commerciale la cui naturale evoluzione ha portato al lancio di una new collection femminile, accompagnata da un incremento della collezione maschile. "In modo speculare rispetto alle novità commerciali del brand, Mewo deve oggi interfacciarsi sempre con un target maschile e femminile", spiega Nardi.

**Quando e come nasce l'idea di Mewo?**

Mewo nasce nel mese di luglio del 2016 da una mia intuizione. L'idea sin dal principio è stata quella di creare un marchio modaiolo, posizionato su una fascia prezzo molto accessibile e caratterizzato da un prodotto di tendenza.

**Qual è la mission aziendale?**

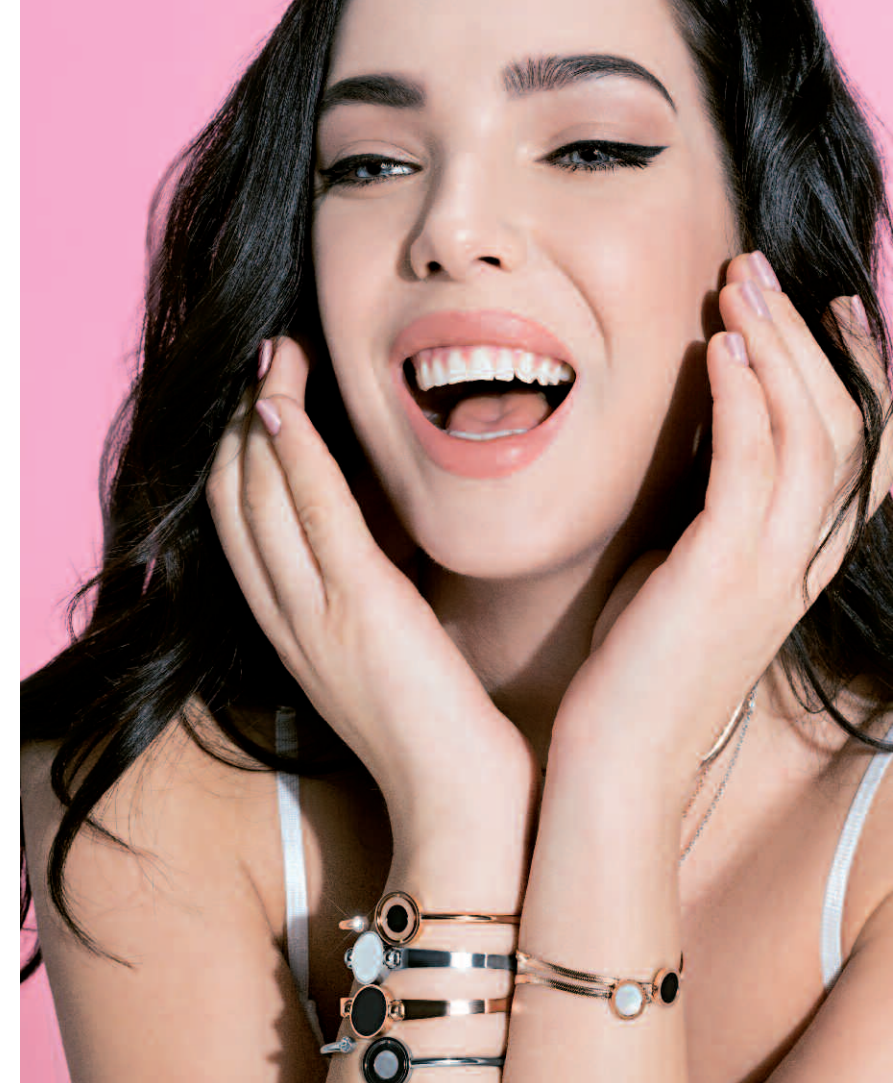
Mewo è un marchio distribuito dalla Kleo Srl. Emozionare e fidelizzare il cliente è la mission della società, mentre creatività, qualità e sviluppo del prodotto sono valori distintivi dell'azienda.

**Chi sono i soci fondatori?**

Quattro soci che si sono uniti per mescolare le loro esperienze nel settore.

**Perché avete scelto questo nome? Cosa rappresenta?**

Mewo sta per Men Women. Sin dalla fondazione del brand è stata infatti chiara la visione del progetto futuro: irrompere sul mercato con una collezione maschile ma, già alla seconda stagione, il brand sceglie di lanciarne anche una femminile. Il nostro marchio intende imporsi sul mercato di riferimento come un qualcosa in più di un semplice brand: un modo di pensare, un vero e proprio concetto di lifestyle moderno, dinamico e alla moda.



“

*Mewo sta per Men Women. Sin dalla fondazione del brand è stata infatti chiara la visione del progetto futuro: irrompere sul mercato con una collezione maschile ma, già alla seconda stagione, il brand sceglie di lanciarne anche una femminile.*

*Il nostro marchio intende imporsi sul mercato di riferimento come un qualcosa in più di un semplice brand: un modo di pensare, un vero e proprio concetto di lifestyle moderno, dinamico e alla moda.*

”





**Come distribuite i vostri prodotti?**

Attualmente, grazie alla rete vendita distribuita su tutto il territorio nazionale, Mewo è presente in circa seicento rivenditori in tutta Italia.

**Ci sono i vostri partner?**

Ovs, Coin e Pittarosso.

**Ci sono altri accordi in arrivo?**

È previsto il lancio di un nuovo brand nel 2019.

**Quali sono le previsioni per i prossimi anni in termini di vendite e crescita?**

I trend stimati sono positivi. Prevediamo un incremento del fatturato del 50% per quest'anno e del 30% nel 2019.

**Cosa prevede il piano di espansione?**

Il piano di espansione è davvero ricco. È previsto l'incremento dei punti vendita da seicento a mille per quest'anno. Sono inoltre previste le aperture di altri quattro shop in shop da Coin in primavera, dopo

“ Il piano di espansione è davvero ricco. È previsto l'incremento dei punti vendita da seicento a mille per quest'anno. Sono inoltre previste le aperture di altri quattro shop in shop da Coin in primavera, dopo l'inaugurazione dei due flagship store a Messina e Milano l'anno scorso. Contiamo di siglare collaborazioni con alcuni distributori per la diffusione del marchio nel Vecchio Continente.

l'inaugurazione dei due flagship store a Messina e Milano l'anno scorso. Le novità non finiscono qui. Contiamo di siglare collaborazioni con alcuni distributori europei per la diffusione del marchio nel Vecchio Continente.

**Cosa contraddistingue il marchio rispetto alla concorrenza?**

Mewo è sinonimo di qualità, tendenza ed è un brand molto aperto ai nuovi scenari di comunicazione. I social network sono strumenti prioritari nella strategia del brand. Un prodotto dal forte appeal fashion, di qualità e dal prezzo contenuto, supportati da una strategia di marketing e comunicazione forte, fanno di Mewo un progetto vincente e di successo. Il marketing e la comunicazione sono leve fondamentali per noi.

**Perché?**

Perché vogliamo costruire una brand identity forte, accompagnata da una brand image impattante, che significa creare desiderabilità del marchio e del prodotto a esso connesso prima di tutto tra distributori e rivenditori, attori fondamentali per garantire al brand l'accesso al consumatore finale. La costruzione di un marchio forte permette di radicare la brand awareness, ovvero la capacità del consumatore di riconoscere la marca e richiamarla alla memoria, e di incrementare le vendite. Proprio per raggiungere gli obiettivi prefissati viene perseguita una strategia di marketing e comunicazione tentacolare, cucita in maniera sartoriale rispetto alle esigenze di Mewo.

**Come?**

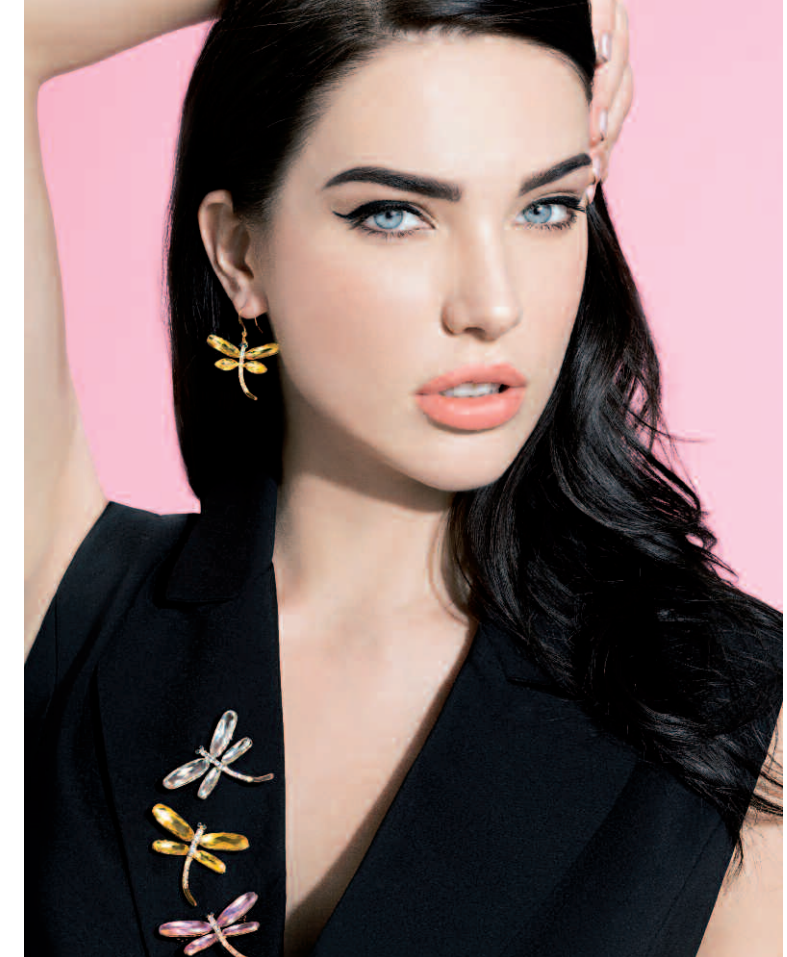
Il brand è presente innanzitutto con un sito vetrina dedicato periodicamente aggiornato nei contenuti. La strategia di social media marketing seguita per Facebook e Instagram è finalizzata ad esempio a rendere noto agli occhi del consumatore il brand e il prodotto. A completamento di una strategia che ricorre a mezzi integrati e trasversali per il lancio della new collection, viene poi ipotizzato un importante piano di digital public relation nazionale. I prodotti Mewo saranno indossati da personaggi che sul web dettano le tendenze della moda – influencer e fashion blogger – in modo da far arrivare il brand ai loro migliaia di follower. Negli ultimi mesi sono numerose le richieste di influencer che chiedono di collaborare con il brand. Questo è un chiaro segnale del fatto che il prodotto ha una buona visibilità sul web ed è seguito da un ampio pubblico.

**Quali saranno i prossimi prodotti?**

Ancora bigiotteria. Poi sarà la volta di orologi, borsette, portafogli, cinture, penne e occhiali.

**Parli delle nuove collezioni.**

La collezione maschile è suddivisa in otto linee. Acciaio, pietre naturali e pelle sono i protagonisti di questa stagione. La collezione femminile per la primavera-estate viene arricchita da sette nuove



“ Per la donna, Mewo sceglie materiali come l'oro, il rame, le pietre dure e i cristalli, creando linee ricche ed eterogenee, capaci di soddisfare le esigenze di stile di tutte le clienti. Must indiscusso di questa primavera-estate, sull'onda della tendenza che vede gli insetti protagonisti nella gioielleria, la linea Dragonfly: eleganti libellule di cristallo in una parure in tre colori.

linee originali. Due in particolare, tra cui la Pretty Alphabet composta da ciondoli con lettere dell'alfabeto arricchite con pavè di cristalli in un elegante tono rosa. Per la donna, Mewo sceglie materiali come l'oro, il rame, le pietre dure e i cristalli, creando linee ricche ed eterogenee, capaci di soddisfare le esigenze di stile di tutte le clienti. Must indiscusso di questa primavera-estate, sull'onda della tendenza che vede gli insetti protagonisti nella gioielleria, la linea Dragonfly: eleganti libellule di cristallo in una parure in tre colori – rosa, oro e argento – composta da collana, orecchini, bracciale e spilla. ■