

# CAMOMILLA ITALIA

---

*“La moda post Covid sarà easy ma chic”*

*Ritorno al minimalismo per Mario Pierro,  
responsabile commerciale del brand:*

*“Il futuro dello shopping è l'esperienza omnicanale”*

DI FRANCESCA RASPAVOLO

**D**a 46 anni è sinonimo di stile e qualità, ricerca dei materiali, cura dei dettagli, di una donna multitasking e poliedrica, che ama vestire bene. Parliamo di Camomilla Italia, brand partenopeo del total look femminile: 220 negozi monomarca, 49% punti vendita direzionali, 51% in franchising e collezioni che, anno dopo anno, indovnano i gusti delle donne, adattandosi a ogni forma, stile e taglia dell'universo femminile. Per Mario Pierro - responsabile commerciale nonché proprietario, insieme alle sorelle - "Camomilla Italia parla alle donne: è la storia di ognuna di loro raccontata attraverso un capo d'abbigliamento, un accessorio, un dettaglio. Sono madri, mogli, lavoratrici, maestre, chef: lo hanno dimostrato soprattutto durante il periodo di lockdown".

**A proposito, come ha reagito Camomilla all'emergenza Covid? Cosa è successo nei mesi di chiusura forzata?**

Fin dal primo giorno abbiamo assunto iniziative da un lato per garantire il rispetto delle misure di prevenzione, dall'altro per contrastare le ripercussioni economiche negative. Abbiamo investito in un grosso protocollo di sicurezza per tutelare i clienti, i dipendenti e gli store. C'è stata una riorganizzazione aziendale, sono state valutate tutte le competenze delle risorse in sede, in maniera tale da poter riorganizzare e riefficientare la rete ed essere pronti alla riapertura. Abbiamo chiesto ad ognuno dei dipendenti Camomilla Italia di essere compatti, uniti e indipendentemente dalla funzione, lavorare per obiettivi, trasformando le preoccupazioni in occupazioni.





### Come è cambiata l'esperienza di shopping negli store nella fase 3?

Durante il lockdown un ruolo centrale lo hanno assunto l'e-commerce e il servizio di customer-care attraverso il quale abbiamo cercato di assistere le clienti nel modo più completo, anche se a distanza. Alla riapertura, poi, abbiamo attivato due servizi innovativi: Private Sale e Express che offrono un'esperienza d'acquisto sicura e personalizzata. Abbiamo cercato di raggiun-

gere le clienti a casa con il nostro prodotto; per chi ha preferito, le abbiamo accolte in store garantendo una sessione di shopping esclusiva. Abbiamo adottato tutte le misure di sicurezza: garantiamo la sanificazione del capo in store ogni volta che viene provato, cercando tuttavia di far vivere alla cliente un momento di spensieratezza del quale è protagonista.

### Camomilla è un'azienda italiana che produce ancora in Italia. Cosa vuol dire fare impresa nel nostro paese?

Fare impresa in Italia si può, ma servono idee e coraggio. Il coraggio di fare le scelte in cui si

crede, di assumersi le proprie responsabilità e di persuadere i propri collaboratori a fare altrettanto. Avere una storia di 46 anni dà una grande motivazione per affrontare il futuro. Le persone che hanno lavorato con dedizione per costruire Camomilla Italia lo hanno fatto mantenendo i valori che ancora oggi ci guidano: fare un prodotto di qualità, senza deludere le aspettative delle persone a cui noi ci rivolgiamo. Oggi come non mai, data la crescente competizione a livello globale, la nostra necessità è quella di comunicare una buona cultura del prodotto che, unita ad una scelta accurata di materie prime e a una buona manifattura, sicuramente ci garantiscono una posizione di vantaggio competitivo. Puntiamo da sempre a portare in alto il Made in Italy con un prodotto tipico, frutto di un'antica sapienza arti-



*“ Alla riapertura, poi, abbiamo attivato due servizi innovativi: Private Sale e Express che offrono un'esperienza d'acquisto sicura e personalizzata. Abbiamo cercato di raggiungere le clienti a casa con il nostro prodotto; per chi ha preferito, le abbiamo accolte in store garantendo una sessione di shopping esclusiva. ”*

gionale e di un'ineguagliabile cultura manifatturiera.

### Ci racconti la prossima campagna autunno/inverno.

La pandemia ci ha indotto ad una serie di valutazioni che ci hanno spinto a rivedere anche l'organizzazione della campagna autunno/inverno, sia in termini di comunicazione, sia in termini di realizzazione del prodotto. La moda post coronavirus tenderà a un nuovo minimalismo, ricco di contenuti e caratterizzato da un'estrema ricerca della perfezione sartoriale, quindi funzionale ed essenziale. Una moda lontana dalla fatuità estetica, sebbene di naturale e sofisticato charme. Si guarda al buon senso e al buon gusto, si riscopre il piacere del vestire bene, ma semplice.

### Quali saranno le prossime mosse di Camomilla?

Per il prossimo futuro certamente miriamo al consolidamento del brand a partire dai nostri 220 punti vendita. Segue sicuramente la volontà di crescita non solo economica, cercando di aumentare il volume del fatturato e riducendo i tempi di crescita dello stesso. Ma ambiamo anche ad una crescita fisica, maggiore presenza sul mercato nazionale ed internazionale con i nostri store Camomilla Italia. L'obiettivo è aumentare la presenza internazionale fino al 20% del fatturato globale sviluppando oltre i mercati esistenti anche Belgio, Portogallo, Est Europa e Paesi Arabi. Puntiamo soprattutto ad un maggiore sviluppo del canale e-commerce Camomilla Italia, che dal 2018 ha avviato il progetto di omnicanalità, un progetto ambizioso che mira ad abbattere sempre di più le barriere fra l'offline e l'online e diventare sempre di più un punto di riferimento per le nostre clienti. ■

*“ La moda post coronavirus tenderà a un nuovo minimalismo, ricco di contenuti e caratterizzato da un'estrema ricerca della perfezione sartoriale, quindi funzionale ed essenziale. ”*

Mario Piero