

NATI PER ESSERE GLOBALI: MODA PREMAMAN BY BRUNELLI

NOME DELL'ORGANIZZAZIONE:

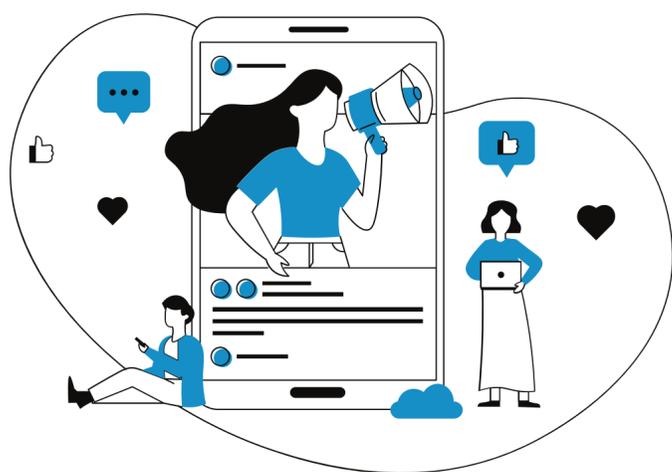
Pietro Brunelli

Stato:

Italy

PANORAMICA

Pietro Brunelli ha capito la necessità di colmare una lacuna nella moda premaman: la mancanza di abiti premaman di lusso. Determinato a colmare questa lacuna, ha presentato la sua prima collezione di lusso premaman durante la settimana della moda di Milano e ha fondato il marchio Pietro Brunelli Maternity Appeal nel 2004.



PROCESSO DI INTERNALIZZAZIONE

L'azienda rappresenta il perfetto esempio di azienda nata per essere proiettata sul mercato globale, pur conservando le caratteristiche del "made in Italy".

Quando diciassette anni fa il trentenne Pietro Brunelli decise di fondare una piccola azienda di moda, voleva sviluppare una collezione di prêt-à-porter di lusso per le future mamme. I suoi mercati di riferimento sono stati fin dall'inizio i mercati di consumo emergenti che celebrano il loro benessere con scelte di consumo di alta qualità.

La formula Brunelli è chiara: un mercato esclusivamente estero; rivenditori sparsi in tutto il mondo; un sottile team di gestione e creatività a Milano e vari laboratori di produzione in Italia. La decisione di non esternalizzare la produzione è stata strategica e finora ha funzionato bene. Secondo Pietro Brunelli, infatti, spostare la produzione all'estero sarebbe stato un errore. Mantenere la produzione in Italia è una garanzia di qualità sartoriale che ancora oggi tiene stretti i consumatori del mercato cinese, indiano, russo e indonesiano.

L'azienda conta circa 12 persone che lavorano nel negozio di Milano e un centinaio di persone su tutto il territorio nazionale; affida la logistica e la produzione a laboratori con sede in Italia, perché questo è ciò che i clienti si aspettano: la garanzia della qualità made in Italy sia per i materiali che per la produzione.

L'espansione verso nuovi mercati esteri è frutto di mesi di ricerche di mercato condotte in collaborazione con le camere di commercio. Hanno così aperto un negozio monomarca a Dubai e sono entrati in tre grandi magazzini in Qatar, grazie a una missione con la Camera di Commercio Italo Araba preparata in sei mesi, che ha permesso di valutare se il mercato fosse pronto per la loro offerta e potenziale.

ASPETTI CHIAVE

1. Analizzare i bisogni e le mancanze attraverso ricerche di mercato
2. Identificare un gruppo target
3. Collaborare con le parti locali interessate per comprendere le esigenze del mercato

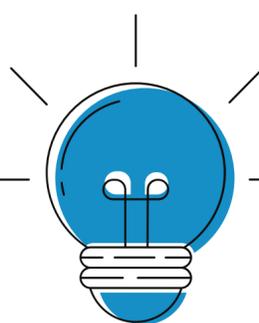
The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

DESCRIZIONE AZIENDALE

Pietro Brunelli Milano è un'azienda di moda con sede a Milano che produce abiti di lusso per donna.

L'azienda ha di più di 400 negozi in 35 paesi, tra cui negozi in grandi magazzini come Harrod's o le Galeries Lafayette

*Sito web:
<https://www.pietrobrunelli.it/>*



PIETRO  BRUNELLI

Fonti:

https://www.milomb.camcom.it/c/document_library/get_file?uuid=f6715a1a-1df9-4049-9d55-06b03cb1ca4a&groupId=10157



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union