

WOLFORD ha riaperto a Monza con una nuova partnership al femminile, celebrando l'occasione con il party "Audrey Hepburn goes rock&roll"

Il noto Fashion-brand austriaco, leader nel settore del legwear, per la riapertura del punto vendita brianzolo si avvale della partnership con Giusi Camuncoli, stimata imprenditrice monzese e cofondatrice della prestigiosa Associazione MB Circle, e ha organizzato per l'occasione un cocktail esclusivo all'insegna di musica e mood retrò chic Anni Sessanta

Monza, 20 settembre 2012 – dopo Milano, WOLFORD punta nuovamente sulla Lombardia con la riapertura del negozio di Monza, in via Carlo Alberto 23, avvalendosi della partnership con l'imprenditrice Giusi Camuncoli, figura di spicco all'interno del panorama commerciale brianzolo. Una tappa importante nel percorso di crescita del brand in Italia, festeggiato con un cocktail ricco di sorprese e di emozioni, in puro "stile Audrey".

Un opening all'insegna di eleganza e innovazione, nel pieno rispetto del carattere visionario e precursore dei tempi che da sempre contraddistingue le strategie d'impresa del marchio. Wolford infatti sviluppa, a fianco dell'apertura di monomarca diretti, un progetto di local marketing attraverso partnership di rilievo, per un nuovo concetto di customizzazione ad hoc che, all'interno della rete globale, opera localmente attraverso l'expertise e l'entusiasmo di singoli personaggi di rilievo ben inseriti nella realtà dove si colloca il monomarca. L'idea rivoluzionaria consiste nell'unione delle competenze della grande azienda a quelle specifiche del partner e, nel caso di Monza, la scelta non poteva che cadere su Giusi Camuncoli, autentico esempio di eccellenza di imprenditorialità al femminile.

L'imprenditrice monzese, che opera da oltre vent'anni nel settore del retail, vanta conoscenze e collaborazioni illustri come il franchising con il luxury lingerie brand La Perla. Ha collaborato all'ideazione e fondazione di MB Circle, importante realtà associativa delle imprese commerciali monzese e nel giugno 2012 ha ricevuto il prestigioso premio "Eccellenze in rosa", riservato alle migliori "forze vive" femminili della Brianza.

Il marchio Wolford ha festeggiato la nuova partnership e la riapertura con una serata speciale e piena di suggestioni: dalle ore 18.00 alle ore 21.00 gli ospiti hanno avuto l'occasione di visionare la collezione Wolford indossata da modelle in look Anni Sessanta che si muovevano sulle note rock del DJ set Stefano Verderi, mentre fuori del negozio le clienti hanno potuto vivere l'emozionante esperienza di un autentico casting. All'esterno infatti è stato allestito un set fotografico dove le ospiti potevano farsi immortalare, ricevendo in omaggio la propria foto con impresso il marchio Wolford, da conservare in ricordo. L'evento è stato reso ancora più speciale grazie al set acustico chitarra e voce della cantante emergente Angelica, che ha proposto cover Anni Sessanta.

Una riapertura in grande stile, per una serata che ha saputo regalare istanti indimenticabili, come in un magico film con Audrey Hepburn... a ritmo di Rock 'n Roll!

WOLFORD

I prodotti Wolford sono distribuiti nel mondo attraverso oltre 260 negozi monomarca (di proprietà

Wolford ha riaperto a Monza con una nuova partnership al femminile

Giovedì, 04 Ottobre 2012 21:23

o gestiti da partner), e tramite 3.000 partner commerciali e online altamente qualificati nel segmento dell'alta gamma. L'azienda austriaca, quotata alla borsa di Vienna dal 1995 e con circa 1600 dipendenti, ha realizzato un fatturato di 154 milioni di Euro nell'esercizio commerciale 2011/2012 (1 maggio 2011 - 30 aprile 2012). Dalla sua fondazione, risalente al 1950, Wolford, da produttrice di collant locale, è diventata marchio di lusso globale per il mondo della moda.