Fast fashion, **prêt-Ã¢-porter, conformato o regolare**? Puoi scegliere tra 12 marchi. Dipende dalle tue esigenze.

La presentazione delle collezioni dei marchi Miroglio a/i 2010-11 evidenzia come il gruppo è riuscito ad interpretare e rispondere alle esigenze dei vari segmenti di mercato, e alle diverse tipologie di target. E i numeri parlano chiaro.

L’azienda produce ogni anno 20 milioni di capi confezionati che distribuisce attraverso 1520 negozi mono marca, di cui 1000 in Italia e 500 in Francia, Spagna, Russia ed Europa dell’ Este, Cina. Conta inoltre con 100 punti vendita in outlet di cui 80 in Italia. I vari marchi sono distribuiti da 7000 clienti multimarca e dai più importanti department store del mondo.

Il **fast fashion** Miroglio, dove la carte vincente è la tempestività per cogliere e adattare le tendenze di mercato e la velocità nella realizzazione delle nuove collezioni, è rappresentato dai seguenti marchi: **Motivi** creato per un target giovane tra i 20 e i 35 anni; **Oltre** che anche nel nome indica una prosecuzione di Motivi e si rivolge ad un target di oltre 30 anni; **Fiorella Rubino** rappresenta il Fast Fashion per le taglie conformate.

Nel segmento di mercato del **prêt-Ã¢-porter** Miroglio è presente con le linee regolari e conformate.

Caractère

Tra quelle regolari il più noto al pubblico fashion è senza dubbio **Caractère.** Nato agli inizi degli anni ’90, si contraddistingue per le sue proposte **raffinate** ed **eleganti,** pensate per una **donna contemporanea** alla ricerca di uno **stile equilibrato** ma

personale**.** Nota distintiva della collezione autunno-inverno 2011-12 è che è pensata come se fosse il guardaroba di una donna qualunque che al mattino si sveglia e dice: cosa mi metto oggi? Ma il compito è facile perché tutto va con tutto. La base, come in un guardaroba che si rispetta, è costituita da capi in colori neutri, grigio, beige e panna a cui accostare gli azzurri, prugna e il lime o il blu, nero e rosso. Ogni capo è bello da portare in nuance ma mischiato con altri colori permette di cambiare totalmente look. Le gonne si accorciano perché sono da portare con calze pesanti e con lo stivale. Il capospalla è più semplice per arricchirsi di accessori. Maglie e abito tubolari senza cuciture; piumini leggerissimi; trench, montone, cappottini, trench “¦una collezione con evidenti richiami agli anni “˜60-’70.

Diana Gallese si rivolge ad una donna matura a cui a propone un guardaroba completo, in modo tale che in tutte le situazioni possa mantenere una coerenza di stile: dalla giornata di lavoro, al vestire quotidiano, al tempo libero.

Chiudiamo questa rassegna del regolare citando il brand **Notes** specializzato nella produzione di piumini leggerissimi e **Sym** specializzato sui pantaloni.

Elena Mirò

Il gruppo è leader nel conformato, con lo storico marchio **Elena Mirò,** nato nel 1985 per dare risposte positive in chiave di stile e gusto a donne dal tipico fisico mediterraneo. Presente da varie stagioni alla settimana della Moda di Milano, anche se

ultimamente fuori calendario, si distingue per l’intento di creare e mostrare una collezione per taglie morbide di sapore altamente fashion. Filosofia del marchio è quella di vestire “donne vere”, positive ed ironiche, ma anche eleganti e alla moda. In seno al gruppo è nata “**Ciao Magre”**, prima e unica agenzia in Italia specializzata in modelle taglie morbide.

Non è da meno la linea **Per Te by Krizia** un conformato griffato di alto valore. Dinamica, sportiva, elegante e raffinata, la donna che veste **Per Te By Krizia** afferma con ironia che la “La seduzione è sempre rotonda” e non teme una campagna pubblicitaria che la rappresenta con una rotonda, lucidissima e appetitosa mela. Per la collezione autunno inverno prossimo si fanno ammirare le belle le linee degli abiti e delle maglie, specialmente delle cappe. Gli stampati, nei colori formano motivi geometrici; gli accostamenti dei colori - rosso lacca e nero, i beige e nero, blu grigio, grigi di varie tonalità, cammello e nero- restano nella scia dell’eleganza raffinata senza tempo che la linea vuole rappresentare.

Luisa Viola è la linea per la donna che cerca innanzitutto la vestibilità, ma ad un prezzo interessante.

Blu Time Fashion è la collezione che si rivolge a tutte le giovani donne con taglia oltre la 44 che sono alla ricerca di un prodotto dallo stile raffinato, sofisticato e trendy.





























