

## Carrera, la collezione dedicata ai Bambini *the new Carrera's collection*



Carrera, forte dell'esperienza decennale nel campo della moda, torna prepotentemente nel mondo dell'abbigliamento bambino, presentando la sua nuova collezione primavera-estate dedicata ai più piccoli. La collezione è divisa in due fasce d'età: kid e junior ed è formata da quattro proposte abbinata in parte alta e in parte bassa ma diversificate per pesi, colori e modelli. La collezione è presentata sugli innovativi carton box, allestiti e consegnati direttamente al punto vendita e già pronti per il consumatore. Un progetto ideato nel centro design di Verona per poi essere sviluppato là dove nasce il cotone più bello. Una linea di abbigliamento ideata per vestire piccoli grandi uomini.



*Carrera, is presenting his new spring-summer collection devoted to children. The collection, in 100% cotton fabric, is divided into two age groups: Kid and Junior, is made up of four proposal in the top and bottom for different weights, colors and models. The collection is presented on innovative carton box, set and delivered directly to the store and ready for the consumer. A project conceived in the Carrera design centre of Verona and then developed beyond where the best cotton is available. A line of products designed to dress little big men.*

### PROFILO DI CARRERA SPA

**QUOTA DI MERCATO.** Prima quota di mercato del Jeans in Italia nella fascia tra i 20 e i 50 Euro con il circa 27%

**PRODUZIONE.** Circa l'80% dei prodotti viene realizzato in proprie strutture industriali verticalizzate che partono dal fiocco di cotone e arrivano al prodotto finito

**MARCHIO.** Registrato a livello mondiale dal 1965

**STRATEGIA DISTRIBUTIVA.** Multicanale: negozi propri e in partnership, ingrosso, Gdo e grande dettaglio tessile

**INSEGNE.** Intermedia, Carrefour, Bennet, Pam Finiper ecc. E' presente nei maggiori distributori all'ingrosso e nelle principali catene di dettaglio tessile

**POSIZIONAMENTO DEL PRODOTTO.** Fascia intermedia

**TARGET DI CLIENTELA.** Famiglia giovane; uomo, donna, bambino

**PRODOTTI VENDUTI.** 5,3 milioni l'anno

**STRATEGIA CONCORRENZIALE.** Controllo integrale della filiera produttiva per mantenere qualità, costi concorrenziali e tempi rapidi di consegna; sviluppo del Carrera Point per migliorare l'immagine e la penetrazione del marchio presso i consumatori; ricerca e sviluppo di nuovi tessuti; internazionalizzazione

**OBIETTIVI A MEDIO TERMINE.** Aumentare la percezione della marca a livello nazionale, migliorare l'incidenza del fatturato realizzato attraverso i Carrera Point, internazionalizzazione

**PAY OFF.** Carrera - Il Bello dell'Italia

### PROFILE OF CARRERA SPA

**MARKET SHARE.** First market share of Jeans in Italy in the range between 20 and 50 Euro with approximately 27%

**PRODUCTION.** About 80% of products are made in their industrial structures that depart from the vertical staple cotton and come to the finished product

**MARK.** Recorded worldwide since 1965

**MARKETING STRATEGY.** Multichannel shops and in their partnership, wholesale, retail and large GDO tessile

**TEACHES.** Intermediate Carrefour, Bennet, Pam Finiper etc.. It's found in more distributors and major retail chains, textile

**POSITIONING OF THE PRODUCT.** Intermediate zone

**TARGET OF GUESTS.** Young family, man, woman, child

**PRODUCTS SOLD.** 5.3 million per year

**COMPETITIVE STRATEGY.** Control of the production to maintain quality, competitive costs and quick delivery, development of the Carrera Point to improve the image and the penetration of the brand among consumers, research and development of new tissues; internationalization

**MEDIUM-TERM GOALS.** Increase the perception of the brand nationally, to improve the impact of turnover through the Carrera Point, internationalization

**PAY OFF.** Carrera - The Beauty of Italy