

Carrera e De Vecchi alle olimpiadi di Londra 2012

go to the London 2012 Olympics



Carrera Jeans, dopo 13 anni, torna prepotentemente nel mondo delle due ruote e più precisamente nel Mondo della BMX sponsorizzando, il campione Italiano, Vice campione del mondo e Olimpionico a Pechino Manuel De Vecchi. Manuel De Vecchi incarna alla perfezione lo stile Carrera, è giovane, dinamico, sportivo e soprattutto vincente. Carrera, è stato un marchio prestigioso che ha caratterizzato lo sport della bicicletta tra

la metà degli anni '80 e la metà degli anni '90 vincendo tutte le corse più importanti n e l

panorama nazionale e internazionale e lanciando nel mondo del ciclismo grandissimi atleti come: Battaglin, Bontempi, Vicentini, Chiappucci, Roche e Pantani.



Carrera Jeans, after 13 years, is back in the world of cycling and more specifically in the World of BMX by becoming the main sponsor of Manuel De Vecchi, the Italian BMX Champion, Vice World BMX Champion and Olympic in Beijing. Manuel De Vecchi perfectly embodies the Carrera style. He's young, dynamic, active but more important he's a winner. Carrera cycling team during twelve years, gained all the major national and international cycling races and launched the best racers who have sport icon as: Chiappucci, Roche e Pantani, Battaglin, Bontempi, Vicentini.



PROFILO DI CARRERA SPA

QUOTA DI MERCATO. Prima quota di mercato del TARGET DI CLIENTELA. Famiglia giovane; uomo, Jeans in Italia nella fascia tra i 20 e i 50 Euro con il donna, bambino 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, Carrafour, Bennet, Pam Finiper ecc. E' presente nei maggiori distributori all'ingrosso e nelle principali catene di dettaglio tessile

POSIZIONAMENTO DEL PRODOTTO. Fascia intermedia

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 Carrafour, 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