

Storia di un marchio italiano

Una nota rivista di economia riporta la storia di un marchio italiano che ha avuto un grande successo internazionale. È un marketing non tradizionale, scopri perché leggendo l'articolo.

Lavorate in tre. Cercate le risposte nell'articolo usando le frecce di aiuto.



Marco Bruns, ideatore del marchio A-Style



Prima è nato il marchio e poi il prodotto: ed è un caso quasi unico. Oggi, dopo aver lanciato un casco da moto firmato, raddoppia. Il logo con la A maiuscola e i due puntini, dal chiaro doppio senso erotico, dopo aver conquistato l'Italia si appresta a invadere anche i mercati stranieri.



Il casco di A-Style Un'idea in testa



Capital

► Lo avrete sicuramente già visto «frecchiare» in giro per le strade della città. Prima sugli adesivi che hanno letteralmente invaso Milano, lanciando un vero e proprio fenomeno, poi sulle magliette e adesso anche sui caschi. Si tratta di A-Style, il marchio inventato da Marco Bruns, che in pochi anni è diventato popolarissimo tanto da firmare oggi un'intera linea di abbigliamento e di accessori. Tra le ultime novità c'è proprio il casco, che sta andando letteralmente a ruba: messo in vendita a giugno di quest'anno, ne sono stati venduti 10 mila pezzi e le richieste sono in crescita continua. Spiega a Capital Marco Bruns: «Vivo a Milano e giro la città in scooter: da qui l'idea di creare dei caschi che fossero sì sicuri e di grande qualità (sono tutti omologati) ma anche fashion

e con un prezzo accessibile a tutti. E in effetti sono piaciuti molto, soprattutto al pubblico femminile, grazie alla visiera sagomata, ai colori accattivanti, dal rosa acceso all'azzurro carico, anche se va molto anche quello con la fantasia A-gramma. E oltre al colore, piacciono anche per la dimensione contenuta: sono piccoli e maneggevoli e stanno comodamente anche nel sottosella». È quindi un'altra idea vincente di Marco Bruns, il giovane (ha 37 anni) imprenditore milanese che in pochissimo tempo è riuscito a creare un impero dal nulla. Come racconta a Capital: «Il logo è nato 15 anni fa da una "sperimentazione" grafica: l'avevo disegnato al computer quando ancora ero studente. Poi, circa 5 anni fa, ho deciso di stamparlo su alcuni adesivi che ho iniziato, quasi per gioco, ad attaccare sui

semafori di Milano. E la cosa ha creato subito un grande interesse: il simbolo è diventato popolare e così ho provato a stamparlo sulle T-shirt. Ed è stata la svolta: dalle magliette sono passato a un'intera linea di abbigliamento *total look* che veste l'uomo e la donna da capo a piedi, accessori compresi, dalle borse porta computer agli zaini, dalle scarpe ai portatecnologia, ovvero le custodie per iPod e cellulari. Cinque anni fa non avrei certo immaginato un successo così e ora il mio obiettivo, oltre a consolidare il mercato italiano, è incrementare l'estero, dove i prodotti A-Style hanno un grande appeal. Dalla Francia alla Spagna, dalla Grecia all'Olanda fino alla Corea, il mio marchio è in crescita costante e mi auguro di conquistare sempre più stranieri, così come è già successo per gli italiani». □

Capital allegato al numero di NOVEMBRE 2006



- 1. Qual è il nome del marchio?
- 2. Chi è il creatore del marchio?
- 3. Perché per questo imprenditore si parla di marketing non tradizionale?
- 4. Come è nato il marchio?
- 5. Dove è diffuso questo marchio? In quali mercati esteri?
- 6. Quanti e quali tipi di oggetti portano questo marchio?





Lavorate in due: Tu sei il capo dell'Ufficio marketing di un famoso grande magazzino e vuoi raccomandare l'acquisto di prodotti con il suddetto marchio al tuo Direttore generale.
Usa le informazioni del testo che precede per fare la tua proposta.
 Se non ti sembra di avere abbastanza dati, fai la ricerca su internet.



Vai su www.astyle.it e trova altre informazioni sul prodotto.

A-Style sempre in testa

Il casco, simbolo del movimento, esprime perfettamente il dinamismo del marchio A-Style: infatti così come gli adesivi attraverso i quali è nato il fenomeno, anche questo prodotto è molto visibile nelle strade. Lo si vede un po' ovunque, grazie ai tanti scooteristi che lo indossano sfrecciando per la città. In pochissimi mesi - è nei negozi da giugno - ne sono stati venduti oltre 10mila ed è richiestissimo soprattutto dal pubblico femminile che ne apprezza le dimensioni contenute e i colori accesi, dal rosa, al giallo A-Style all'azzurro carico. E per chi desidera essere griffato anche quando va in motorino, l'ideale è quello con la fantasia A-gramma, diventata ormai riconoscibilissima!

A-Style

Via Conca del Naviglio 22
 20123 Milano
 Tel. 02 58301343
www.astyle.it

Casco A-Style



►►► sezione: **Taccuino**
 UA: **2.3.3.0.2 Letteratura aziendale**

Lavoro in piccoli gruppi. Scegliete un prodotto reale o immaginario e scrivete una breve presentazione aziendale come quella che precede, sottolineando l'identità di marca.