



spring '19
collection

obag

.agenda

.01 évolution de l'entreprise

.02 analyse de scénario

.03 actes

.04 Futurs projets

.05 Preparation aux soldes

.06 Plan marketing intégré

.07 report investissement marketing

.08 nouvelles procedures

.09 best opportunities 2018

.10 objectives

.agenda

.01 évolution de l'entreprise

.02 analyse de scénario

.03 actes

.04 Futurs projets

.05 Preparation aux soldes

.06 Plan marketing intégré

.07 report investissement marketing

.08 nouvelles procedures

.09 best opportunities 2018

.10 objectives

Évolution de l'entreprise

.spring 2019 COLLECTION

- Implementation de l'entreprise
- Application du plan stratégique
- Mise à jour du plan de développement
- Nouveau espace logistique



Application du plan stratégique

- **territoir: actions différents entre Italie et reste du monde**
- **communication**
- **prodiut / structure offerte**
- **systèmes informatives**
- **Évolution du digital**

Évolution de l'entreprise

.spring 2019 COLLECTION

Mise à jour du plan de développement

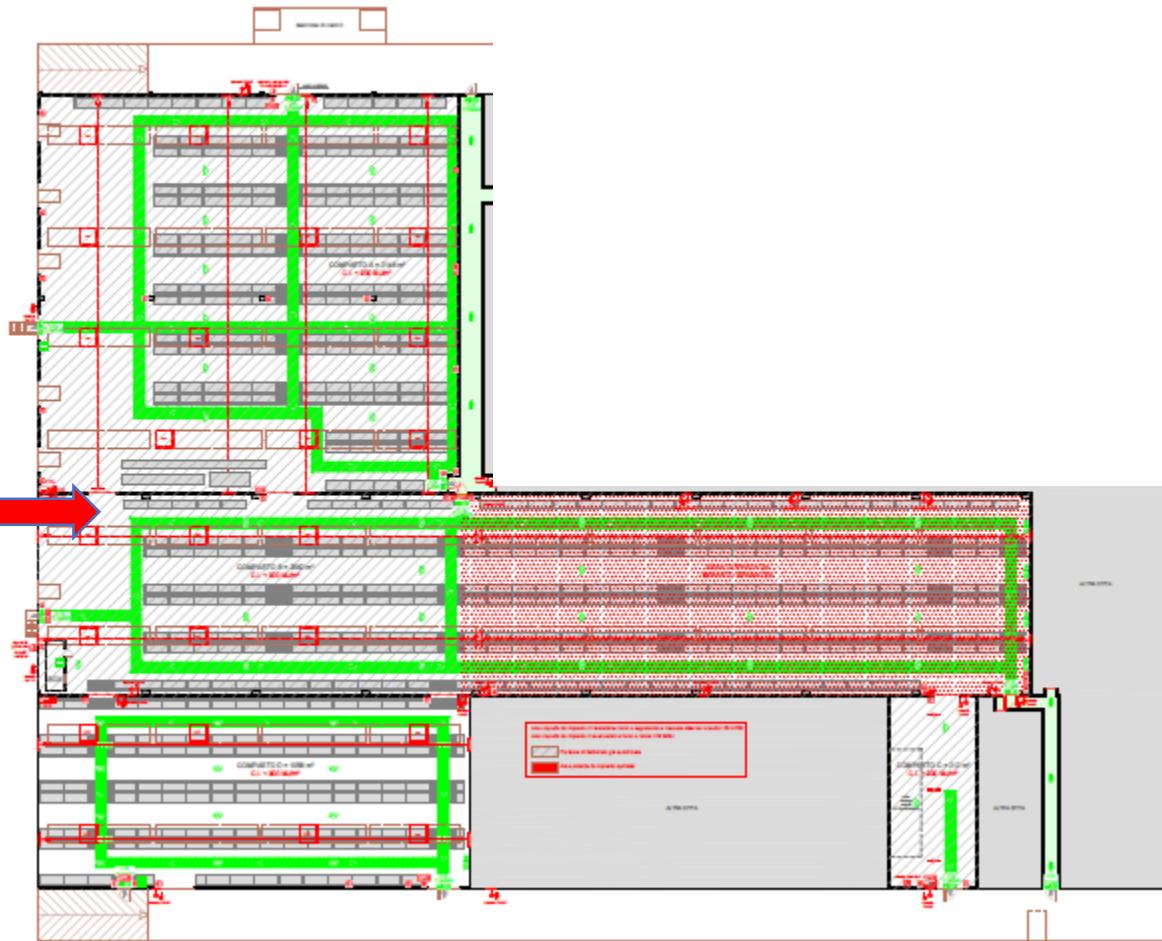
2018	APERTI	APERTURA	TOTALE	PIANO
ITALIA	5	8	13	
RESTO DEL MONDO	26	56	82	
TOTALE	31	64	95	120

Évolution de l'entreprise

.spring 2019 COLLECTION

- Nouveau espace logistique
Avril

8.000 mq



.agenda

.01 évolution de l'entreprise

.02 analyse de scénario

.03 actes

.04 Futurs projets

.05 Preparation aux soldes

.06 Plan marketing intégré

.07 report investissement marketing

.08 nouvelles procedures

.09 best opportunities 2018

.10 objectives

Analyse du scénario

.spring 2019 COLLECTION

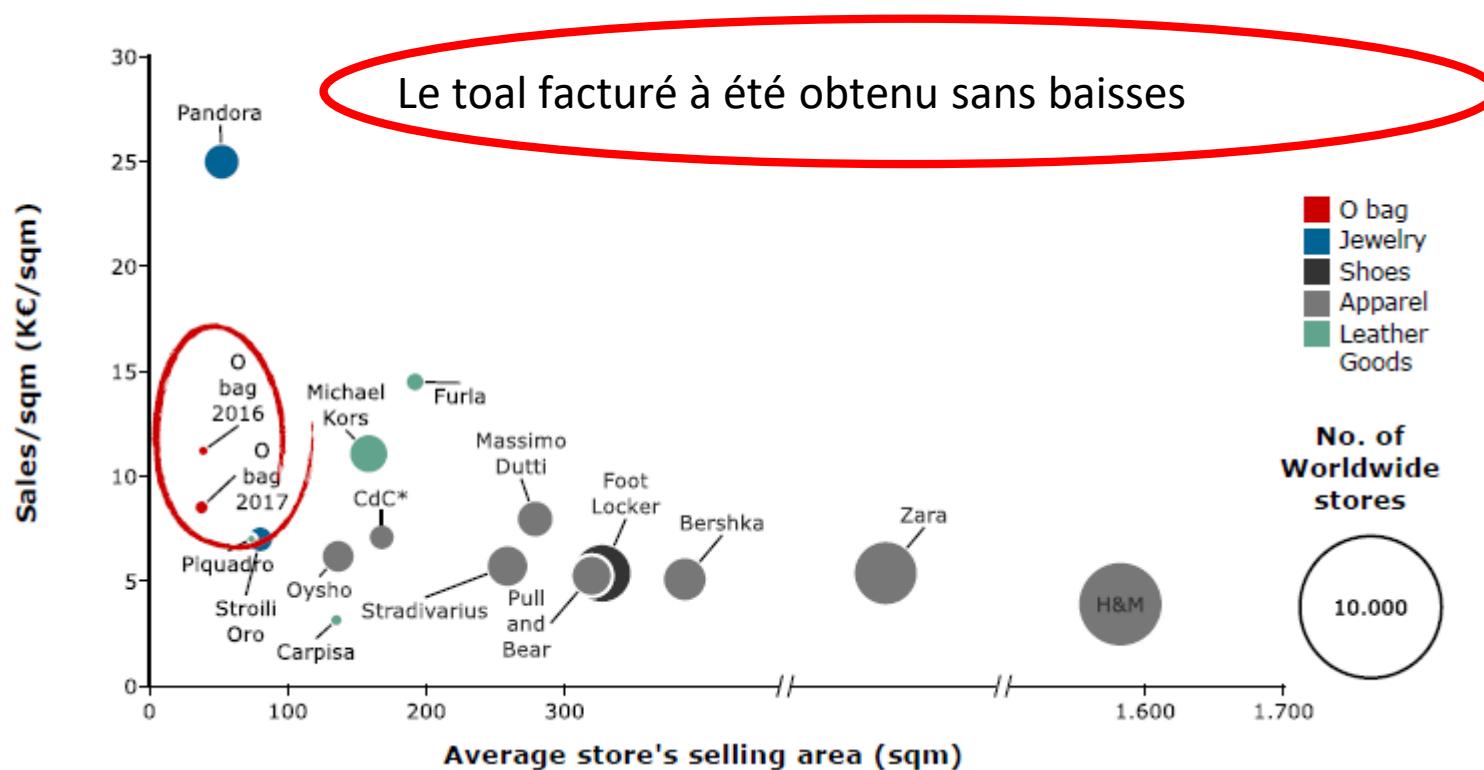
italie

- Turbulence du marché
- Réglage du network O bag
- Rationalisation des multimarques
- normalisation du rendement par mq



Analyse du scénario

.spring 2019 COLLECTION



Modèle iconique

.spring 2019 COLLECTION

- 2016 O bag et O bag mini représentaient 50% de la collection de magasins
- 2017 réduction du poids du sac emblématique affecte pour -30% sur les tickets
- 2018 sur un échantillon de 150 magasins la baisse de rendement est due à la baisse du modèle iconique



- les autres Bourses et autres secteurs de matières premières compensent les raisons de la baisse avec un + 15%
- tendance du deuxième trimestre du premier;
- résultats réconfortants sur les tests produits et le changement de mix d'offres

.agenda

.01 évolution de l'entreprise

.02 analyse de scénario

.03 actes

.04 Futurs projets

.05 Preparation aux soldes

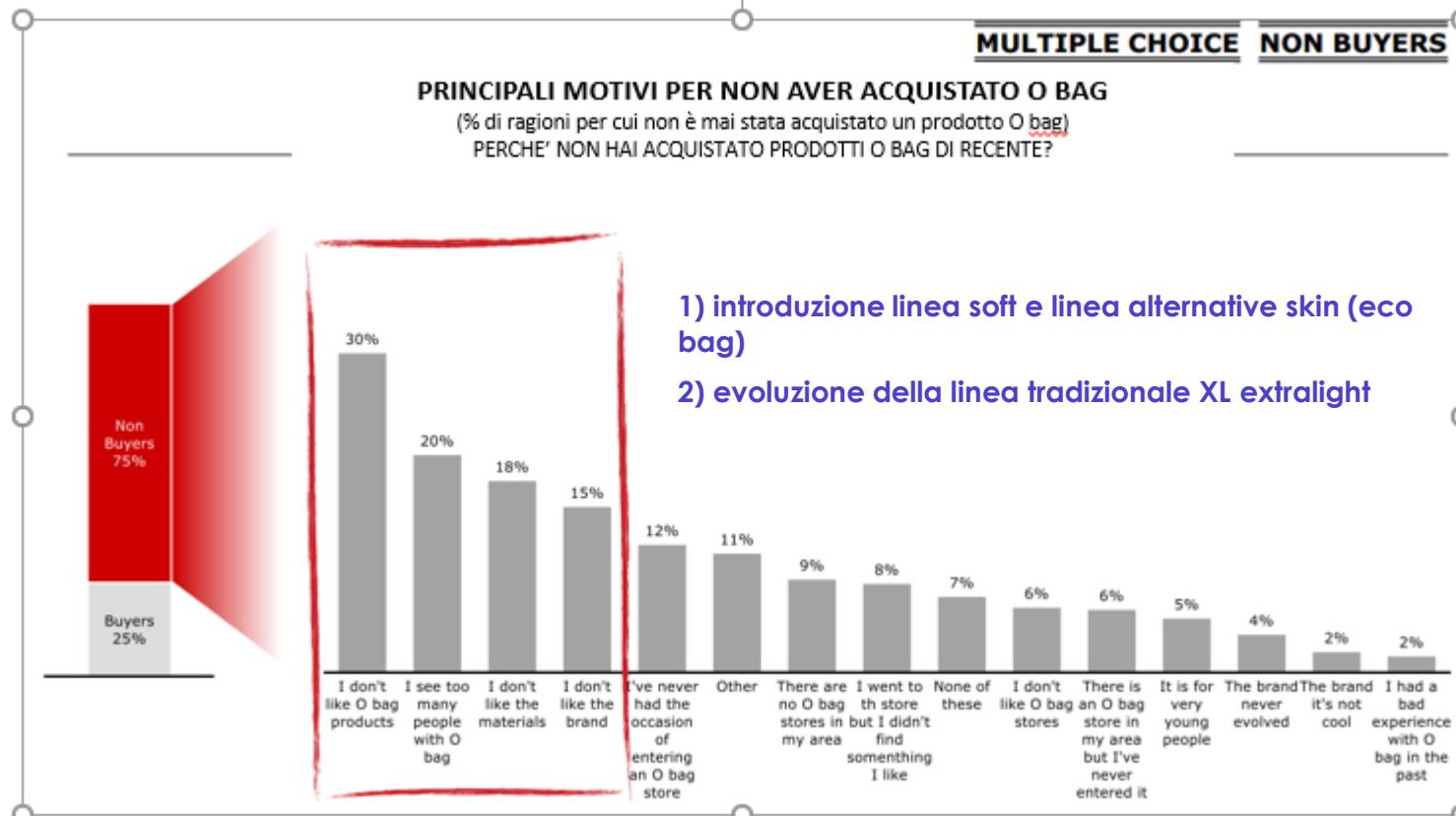
.06 Plan marketing intégré

.07 report investissement marketing

.08 nouvelles procedures

.09 best opportunities 2018

.10 objectives



XL extralight 3 nouveaux sacs

.spring 2019 COLLECTION



- Reverse

- collection Spring 19



- Queen

- collection Spring 19



- Sheen

- capsule Xmas e collection Spring 19



Structure de collection- nouveaux modèles

.spring 2019 COLLECTION



Structure de collection- nouveaux modèles

.spring 2019 COLLECTION



O bag double: évolution

.spring 2019 COLLECTION



- capsule Xmas et collection Spring 19
- mix des matériels
- 4 pilliers



Prémier modèle d'une nouvelle ligne

test – projet Soft

.spring 2019 COLLECTION

Style	Order Qty	Received Qty	Sales	Sold Qty	% ST vs Order Qty	% ST vs Received Qty
Mild	252	233	8.888	202	80%	87%
Smooth	103	88	4.125	75	73%	85%
Trac Mild	234	215	4.320	180	77%	84%
Sweet	200	183	6.345	141	71%	77%
Tender	166	149	6.380	110	66%	74%
Trac Easy/Smooth	394	313	4.392	183	46%	58%
Easy	262	232	2.148	113	43%	49%
Totale complessivo	1.611	1.413	36.598	1.004	62%	71%

- test sur 14 boutiques. Analyse à Padova, Arese et Orio Center
- période 20 Mars – 20 Mai
- % Sell Through moyen des trois pdv vs commandé 62%, vs Ricu 71%
- Modèle avec plus de succès Mild avec 87% de ST vs recu, puis Smooth (85% di ST) et Sweet avec 77% di ST. Celle là avec moins de ventes c'est Easy 49% de ST vs Ricu

focus projet Soft

.spring 2019 COLLECTION



focus projet Soft - differences

.spring 2019 COLLECTION

Arese -projet Soft

Nave de Vero – sans Soft

Merceologia	Produttiva	Stile	Dati				
			Sales	Sold Qty	Inc % Sales	Inc % Sold Qty	
Eva	BORSE	O BAG	14.308	411	26,3%	26,2%	
		O BAG MINI	13.627	369	25,1%	23,6%	
		O BAG '50	2.662	79	4,9%	5,0%	
		O POCKET	2.123	160	3,9%	10,2%	
		O MOON	2.105	56	3,9%	3,6%	
		O MOON LIGHT	1.304	44	2,4%	2,8%	
		O SQUARE	941	25	1,7%	1,6%	
		O BAG URBAN	937	25	1,7%	1,6%	
		O CITY	869	36	1,6%	2,3%	
		O CHIC	600	16	1,1%	1,0%	
		O BAG BEACH MINI	489	16	0,9%	1,0%	
		O BAG TOTE	405	6	0,7%	0,4%	
		O SWING	384	12	0,7%	0,8%	
		O BAG 50 SOFT	286	4	0,5%	0,3%	
		O BASKET	231	7	0,4%	0,4%	
		O BAG BEACH MICRO	214	8	0,4%	0,5%	
		ONE	119	1	0,2%	0,1%	
		O POCKET MICRO	91	7	0,2%	0,4%	
		O BAG BEACH	66	3	0,1%	0,2%	
		O BAG FLOWER HOLE	38	1	0,1%	0,1%	
Eva Totale		O FOLDER MINI	38	1	0,1%	0,1%	
		O FOLDER	38	1	0,1%	0,1%	
			41.876	1.288	77,1%	82,2%	
Soft	BORSE	O MILD	4.651	106	8,6%	6,8%	
		O TENDER	3.115	54	5,7%	3,4%	
		O SWEET	2.692	60	5,0%	3,8%	
		O SMOOTH	1.185	22	2,2%	1,4%	
		O EASY	828	36	1,5%	2,3%	
			12.470	278	22,9%	17,8%	
Soft Totale							
Total complessivo			54.346	1.566			

Merceologia	Produttiva	Stile	Dati				
			Sales	Sold Qty	Inc % Sales	Inc % Sold Qty	
Eva	BORSE	O BAG	19.288	543	39,8%	35,1%	
		O BAG MINI	13.343	387	27,6%	25,0%	
		O POCKET	2.489	177	5,1%	11,4%	
		O MOON	2.217	76	4,6%	4,9%	
		O BAG '50	1.957	55	4,0%	3,6%	
		O MOON LIGHT	1.764	72	3,6%	4,7%	
		O SQUARE	1.651	53	3,4%	3,4%	
		O BAG URBAN	1.544	50	3,2%	3,2%	
		O BASKET	627	19	1,3%	1,2%	
		O BAG BEACH MINI	625	27	1,3%	1,7%	
		O CITY	584	20	1,2%	1,3%	
		O CHIC	532	14	1,1%	0,9%	
		O BAG 50 SOFT	315	5	0,7%	0,3%	
		O BAG BEACH	297	12	0,6%	0,8%	
		O SWING	294	12	0,6%	0,8%	
		O BAG TOTE	289	4	0,6%	0,3%	
		O FOLDER	266	7	0,5%	0,5%	
		O BAG BEACH MICRO	150	6	0,3%	0,4%	
		ONE	119	1	0,2%	0,1%	
		O POCKET MICRO	73	6	0,2%	0,4%	
			Eva Totale		48.426	1.546	
			Totale complessivo		48.426	1.546	

Arese – avec Soft

- période 20 Mars – 17 Mai
- 77% des ventes des sacs de transport sont représentés par les modèles EVA
- le projet Soft représente les 23% restants du marché des sacs
- le modèle O bag diminue, représentant 26% du marché des sacs

Nave de Vero – sans Soft

- période 20 Mars – 17 Mai
- l'emblématique pése O bag 40% du secteur des sacs



Le trend de Arese c'est +5% en comparaison avec Nave de Vero

Milano Via Tortona – design week 2018

.spring 2019 COLLECTION

Milano Via Tortona 2018

Produttiva	Sold Qty	Inc % Sold Qty	Sales	Inc % Sales
OROLOGI	386	43,86%	4.850	30,05%
BORSE	273	31,02%	7.624	47,23%
OCCHIALI	104	11,82%	2.143	13,28%
BRACCIALETTI	51	5,80%	470	2,91%
ACCESSORI	17	1,93%	162	1,00%
PORTAFOGLI	16	1,82%	381	2,36%
FOOD	12	1,36%	64	0,40%
SCARPE	11	1,25%	286	1,77%
URBAN HOME	10	1,14%	161	1,00%
Totale complessivo	880		16.141	

Milano Via Tortona 2017

Produttiva	Sold Qty	Inc % Sold Qty	Sales	Inc % Sales
BORSE	335	79,20%	9.717	88,69%
BRACCIALETTI	50	11,82%	470	4,29%
PORTAFOGLI	16	3,78%	418	3,81%
OROLOGI	10	2,36%	82	0,75%
SCARPE	5	1,18%	130	1,19%
OCCHIALI	4	0,95%	68	0,62%
ACCESSORI	3	0,71%	71	0,65%
Totale complessivo	423		10.957	

1. LFL +47% riferito al pv O bag

2. Lunettes

en 2018, il a enregistré 12% des ventes par pièce et 13% en valeur
en 2017, il avait enregistré 0,95 de la vente par pcs et 0,6 par valeur

3. le magasin temporaire Soft a reçu 24K € en 5 jours

4. LFL pour deux boutiques+ 25%

Nouveau Visual et nouveaux expositeurs

Milano Via Tortona – design week 2018

.spring 2019 COLLECTION



Analyse lunettes

.spring 2019 COLLECTION

Jesolo 18 - 27 Avril 2018

Produttiva	Sold Qty	Inc % Sold Qty	Sales	Inc % Sales
BORSE	162	63,8%	4.508	79,9%
OROLOGI	51	20,1%	562	10,0%
ACCESSORI	26	10,2%	193	3,4%
SCARPE	8	3,1%	213	3,8%
PORTAFOGLI	5	2,0%	146	2,6%
BRACCIALETTI	2	0,8%	24	0,4%
Totale complessivo	254		5.645	

Jesolo 27 Avril - Mai 2018

Produttiva	Sold Qty	Inc % Sold Qty	Sales	Inc % Sales
BORSE	376	70,8%	10.125	80,1%
OROLOGI	69	13,0%	809	6,4%
ACCESSORI	38	7,2%	640	5,1%
SCARPE	14	2,6%	414	3,3%
BRACCIALETTI	12	2,3%	87	0,7%
OCCIALI	11	2,1%	291	2,3%
PORTAFOGLI	6	1,1%	170	1,3%
URBAN HOME	5	0,9%	101	0,8%
Totale complessivo	531		12.637	

1. JESOLO: on a fait un restyling dans le magasin, on a inséré des éléments de meubles de la plage, on a modifié les verres de l'exposant qui fournit une exposition frontale.
2. Augmentation significative des résultats +124%
3. augmentation de l'incidence des lunettes +2,3%

Analyse lunettes

.spring 2019 COLLECTION

Caorle 5-6 Mai avant travaux

Produttiva	Sold Qty	Inc % Sold Qty	Sales	Inc % Sales
BORSE	41	85,4%	1.157	95,4%
OROLOGI	4	8,3%	24	2,0%
BRACCIALETTI	3	6,3%	32	2,6%
Totale complessivo	48		1.213	

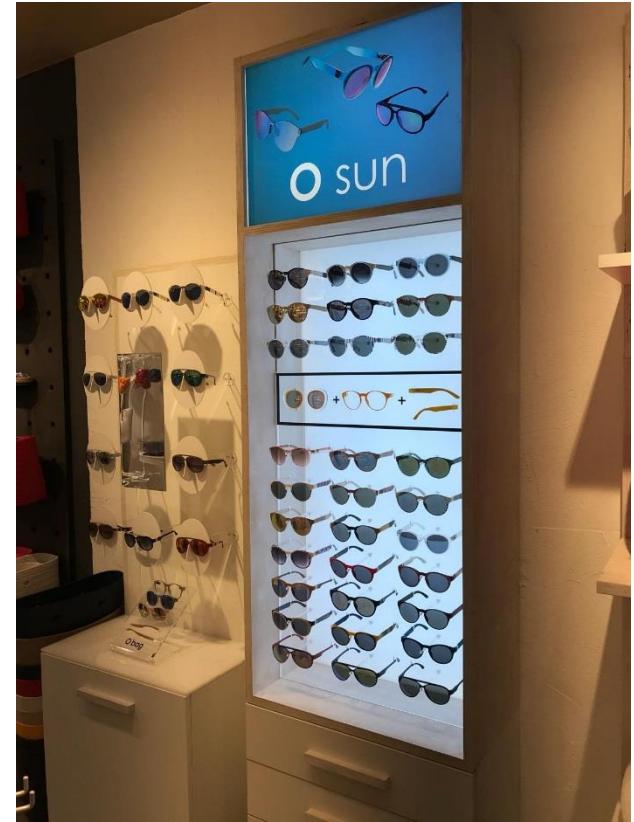
Caorle 12-13 Maggio après travaux

Produttiva	Sold Qty	Inc % Sold Qty	Sales	Inc % Sales
BORSE	76	64,4%	2.046	72,6%
OROLOGI	17	14,4%	168	6,0%
OCCHIALI	12	10,2%	366	13,0%
BRACCIALETTI	8	6,8%	82	2,9%
SCARPE	3	2,5%	122	4,3%
ACCESSORI	1	0,8%	19	0,7%
PORTAFOGLI	1	0,8%	14	0,5%
Totale complessivo	118		2.817	

- 1) CAORLE: le 11 mai, une intervention similaire a également été réalisée dans la boutique de Caorle, ce qui en fait un magasin à saveur «plage». Dans le même temps, le nouvel affichage des lunettes a également été présenté ici
- 2) augmentation significative des revenus + 132%
- 3) augmentation du secteur de la lunetterie 0% à 13%

Photos boutiques

.spring 2019 COLLECTION



Nouvelles lignes espositives

.spring 2019 COLLECTION

retourner à l'ADN de l'entreprise

- subdivision pv par zone / ligne de produits
- affichage de magasin d'intérieur
- vitrines de thème / projet
- different utilisation du parcom

Nouvelle impostation commandes

Commandes programées

- subdivision du budget semestriel par collecte / projet
- identification de l'incidence de l'ordre planifié et du poids de la mode
- subdivision de sortie par secteur de produit
- dans la catégorie des bourses, subdivision par ligne XL extralight et Soft
- focus sac iconique O bag et O bag mini

Commandes réassort

- se concentrer sur l'importance du réapprovisionnement en saison

Nouveau simulateur SS 19

.spring 2019 COLLECTION

Incasso annuale	700.000	VAT				
Fabbisogno merce	318.182	NET VAT				
Primavera / Estate	50%	159.091				
Autunno / Inverno	50%	159.091				
Continuativo			Moda			
40%			60%			
63.636			95.455			
Programmato	Riass	Programmato	Riass			
25%	75%	75%	25%			
			%	Valore	Valore	
Valore	15.909	47.727	Spring	50%	35.795	
			Summer	24%	17.182	
			Beach	16%	11.455	
			Capsule	10%	7.159	23.864

.agenda

.01 évolution de l'entreprise

.02 analyse de scénario

.03 actes

.04 Futurs projets

.05 Preparation aux soldes

.06 Plan marketing intégré

.07 report investissement marketing

.08 nouvelles procedures

.09 best opportunities 2018

.10 objectives

O bag

Desall est une start up née
au H-Farm

Desall

Design + All

Desall è una azienda italiana leader nella fornitura di **servizi digitali** dedicati all'**innovazione** e allo **sviluppo partecipativo**.

Desall utilizza le potenzialità dell'**open innovation** attraverso una **piattaforma digitale** ed una **community internazionale**.

Le competenze, l'esperienza e la provenienza trasversale dei nostri progettisti permette di ottenere soluzioni in **maggior quantità** che seguono un approccio **fuori dagli schemi** e permettono di raggiungere un risultato complessivo finale di **miglior qualità**.



Community
internazionale di
creativi e progettisti



Ampia gamma di
soluzioni a fronte di un
investimento contenuto



Ricerche di mercato
attraverso i feedback di
utenti da tutto il mondo



Brand awareness e talent
scouting attraverso canali
dedicati e social

100 000

Iscritti alla
community

+280

progetti caricati in
media per contest

210

stati raggiunti a
livello globale

+200

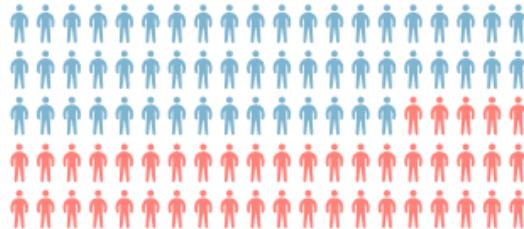
canali promozionali e
università nel nostro network

Profilazione community

Primo livello - 100% dei nostri iscritti

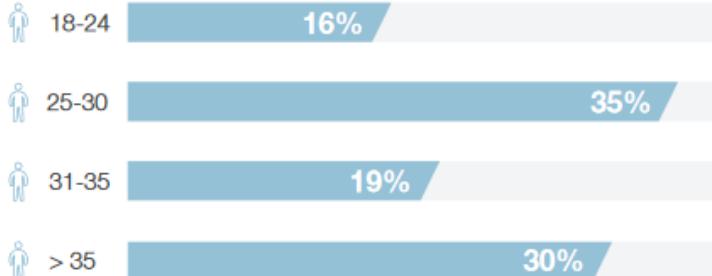
La community di Desall è giovane ed internazionale

Genere

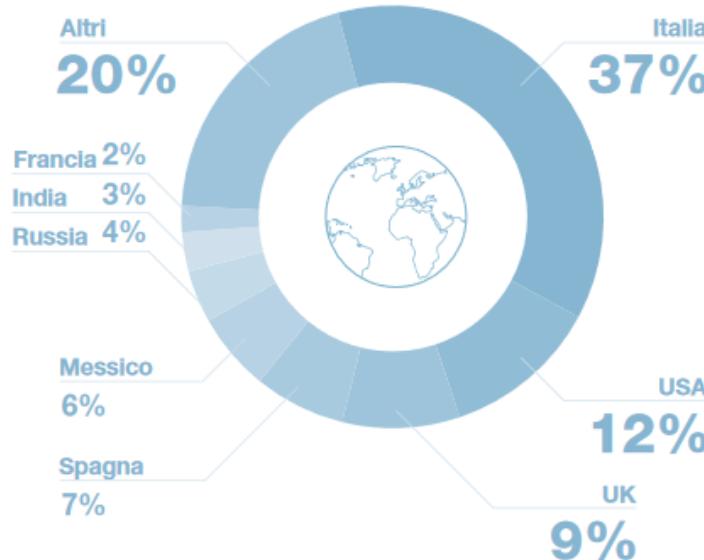


Uomini
55%
Donne
45%

Età



Provenienza Community



Projets futurs

.spring 2019 COLLECTION

Concrete In Design

Homeware Design

Concrete In Design, progetto promosso da **ITALCEMENTI** in collaborazione con Alessi e LPWK Design Studio con lo scopo di esplorare nuove applicazioni e potenzialità di i-design EFFE, la malta interamente studiata e ideata per rispondere alle esigenze di decorazione e stile legate al mondo del design.

Contest gallery: <http://bit.ly/ConcreteInDesign>



I la Trama a l'Ordine

illy City Mug

Graphic Design

illy City Mug, casting di illy finalizzato alla ricerca di proposte grafiche per una linea esclusiva di mug firmate illy e dedicate a sei città di fama mondiale: Roma, Milano, Parigi, Londra, San Francisco ed Hong Kong.

Contest gallery: <http://bit.ly/illymug>



Line Mug
by Mie Araki (USA)

ALESSI Italcementi Group



R-Evolutionary Baby Design

Babycare Design

Il contest R-Evolutionary Baby Design, promosso da **Artsana-Chicco**, ha invitato tutti i creativi a immergersi nel mondo del bambino per sviluppare spazi e prodotti evolutivi sul tema del relax dentro casa, pensati per la serenità e il benessere di bimbi dai 0 ai 12 mesi e di chi si prende cura di loro.

Contest gallery: [http://bit.ly/RRevolutionaryBabyDesign](http://bit.ly/REvolutionaryBabyDesign)



Baby Hug
For Alberto Ricchieson & Arianna Ricchieson (Elba social)

chicco



Projets futurs

.spring 2019 COLLECTION

Full Metal Frame

Fashion Design

Full Metal Frame, contest di product design promosso da Luxottica, per la selezione dei design per una linea di occhiali in metallo, da sole e da vista, che esalti lo stile essenziale e un innovativo sistema di chiusura brevettato. Contest gallery: <http://bit.ly/luxottica>



full metal frame - FEMALE line
by Andris Márkus (Hungary)



Node
by Irenen Boche and Gábor Botteri (Italy)



full Page
by Ruffini Design Studio (Italy)

LUXOTTICA®

98 Paesi raggiunti

201 Partecipanti

271 Proposte

Replay 24h shoe

Fashion Design

REPLAY, storico brand del panorama denim e casual wear, ha invitato tutti i creativi del mondo a disegnare un nuovo modello di scarpa 24 hours da uomo e da donna per un'esperienza REPLAY non-stop, night and day. Contest gallery: <http://bit.ly/REPLAY24H>



Bamboo
by Federico Frelicca (Italy)



Oreblack Woman
by Giuseppe Gicca (Italy)



WANDER man
by Rafaello Bonadies (Italy)

REPLAY

114 Paesi raggiunti

179 Partecipanti

442 Proposte

BREIL - What's next?

Jewellery Design

BREIL - What's next? è un contest di product design lanciato da BREIL, finalizzato alla raccolta di idee innovative per un gioiello da donna in acciaio in linea con le caratteristiche e i valori del brand, per riuscire a portare ancora oltre l'approccio innovativo del brand. Contest gallery: <http://bit.ly/BREILwhatsnext>



Inca Stone
by Massimiliano Bova (Italy)



Drops of color
by Serena Gippa (Italy)



OLYMPUS
by Simone Garetto (Italy)

BREIL

73 Paesi raggiunti

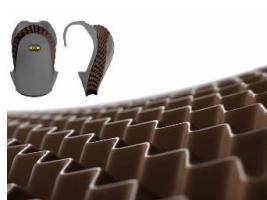
284 Partecipanti

606 Proposte

Vibram Rubber Skin Attitude

Business Innovation

Vibram ha lanciato un contest bifase per esplorare nuove applicazioni, prodotti e forme pensate appositamente per l'esclusiva Luxury Rubber, in occasione delle celebrazioni per l'80° anniversario del celebre disegno Carrarmato. Contest gallery: <http://bit.ly/VibramDesign>



Fase 1 : Idea Research
Ori Series by Antonio Curo (Italy)



Fase 2 : Design Research
Vibram Omobini by Rico Ari Wijaya (Indonesia)

Vibram

149 Paesi raggiunti

193 Partecipanti

261 Proposte

O bag

- restyling du modèle O bag -
- création d'un nouveau sac à dos / sac unisex



Modularité & Personalisation

Le client a la possibilité de combiner différents composants disponibles afin de créer un produit unique et personnalisé

Materiaux

Le matériau plastique est le trait d'union de tous les produits O bag qui garantissent une forte reconnaissance, garantissant polyvalence et fonctionnalité

Prix démocratique & Easy Fashion

La mission O bag est de créer des produits «démocratiques» avec une approche facile, basée sur un prix variable capable de satisfaire un large éventail de clients

Design

O bag a ses racines dans le design: né en 2009 au Salone del Mobile avec son O clockemblématique continue de créer des produits qui combinent la mode et le design

Projets futurs

.spring 2019 COLLECTION

Nouveau cours O bag



cathegorie footwear:

- inserinsertion d'un nouveau modèle de chaussure
- Étude pour un nouvea chaussure en EVA
- Chaussettes unisex

Projets futurs – O slipper

.spring 2019 COLLECTION

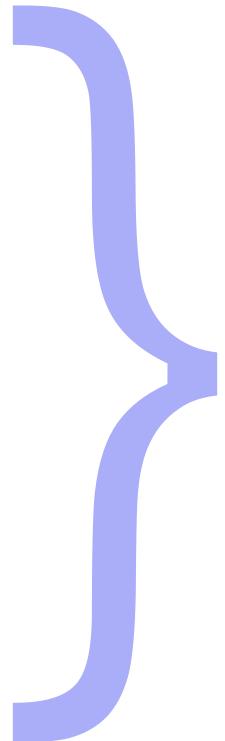
categorie footwear:

- Été 19 introduction d'un nouveau modèle de chaussures O slipper
- capsule SS 18 en 50 boutiques



Projets futurs- O clock smart

.spring 2018 COLLECTION



.km



.step



.call



.app



.time



.photo



.kcal

Projets futurs - O click shift – capsule Xmas

.spring 2018 COLLECTION



Strap ecocuir 6 couleurs noir – blanc – bordeaux – bleu navy – naturel – tête de nègre



case 4 couleurs:
or - blanc - argent - noir



Strap en acrylique 4 couleurs:
noir – blanc - bordeaux – bleu navy



Projets futurs - O click shift – charms collection

.spring 2018 COLLECTION



Projets futurs - O click shift packaging

.spring 2018 COLLECTION



Xmas packaging



seasonal packaging



Projets futurs - O clock date

.spring 2018 COLLECTION



Projets futurs - O hug

.spring 2018 COLLECTION

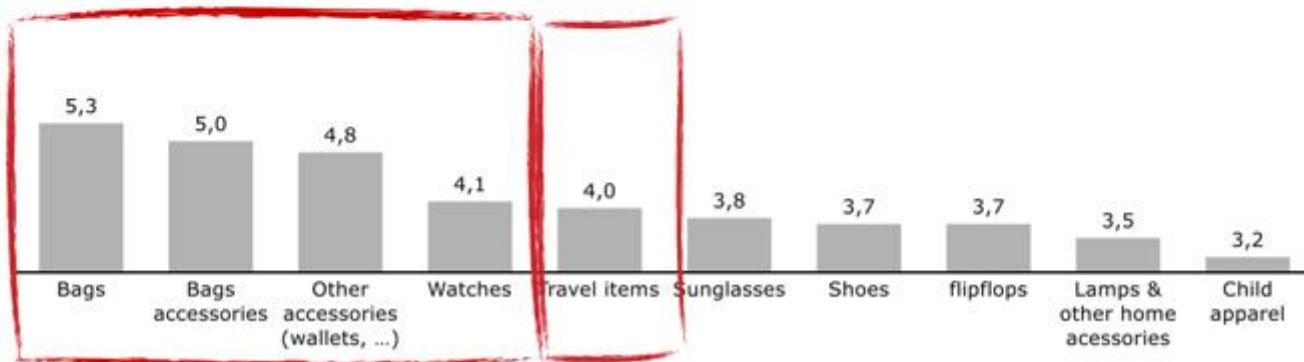


VOLONTA' DI POSSEDERE PRODOTTI O BAG

QUANTO VORRESTI ACQUISTARE I PRODOTTI O BAG NELLE SEGUENTI CATEGORIE DA 1 A 10?

BRAND AWARE

Aware of 0 bag
(# 746)



co-branding

.spring 2019 COLLECTION

O bag

spécialiste en sacs / voyage



spécialiste de la technologie



- activités de promo
- au travail une application pour un produit de voyage - via l'application
- à l'étude traçable horloge - via l'application

.agenda

.01 évolution de l'entreprise

.02 analyse de scénario

.03 actes

.04 Futurs projets

.05 Preparation aux soldes

.06 Plan marketing intégré

.07 report investissement marketing

.08 nouvelles procedures

.09 best opportunities 2018

.10 objectives

Préparation des soldes juillet 2018

.spring 2019 COLLECTION

- Caldendrier des activités
- Schéma d'exposition
- visual interne
- materiel POP



Préparation des soldes juillet 2018

.spring 2019 COLLECTION

- Soldes sur produit moda/ pas de continuativo
- Remise de 20% à 35% en deux moments
- Canal online et offline
- différentiation boutique touristique turistico / pas touristique
- Préparation des soldes en vitrine
- Préparation de la boutique– parcom nouvelle collection/ boiserie pour les soldes
- Debut des soldes different selon le marché (en Italie le 6 Juillet).
- Fermeture pour tous le 30 Aout



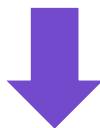
Préparation des soldes juillet 2018

.spring 2019 COLLECTION

Possibilité d'acheter des paquets de 2.000€ pour affronter les soldes



- kit pour model
- kit pour anses et bandoulières
- kit pour body
- kit pour montres
- etc.
- etc.



Kit avec remise pour garantir la marginalité actuelle

.agenda

.01 évolution de l'entreprise

.02 analyse de scénario

.03 actes

.04 Futurs projets

.05 Preparation aux soldes

.06 Plan marketing intégré

.07 report investissement marketing

.08 nouvelles procedures

.09 best opportunities 2018

.10 objectives

Plan marketing intégré SS 18

.spring 2019 COLLECTION

Plan marketing intégré FW 18

.spring 2019 COLLECTION

FW 18 SEASONAL IN-STORE PLANNING ITALIA

2018

	JUL				AUG				SEPT				OCT				NOV				DEC				JAN						
	3-8	8-15	15-22	22-29	30-5	6-12	13-19	20-26	27-2	3-8	10-16	17-23	24-30	1-7	8-14	15-21	22-28	29-4	5-11	12-18	18-25	28-2	3-8	10-16	17-23	24-30	31-8	7-13	14-20	21-27	28-3
	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	1	2	3	4	5
MARKE INSIGHT EVENTS																															
SALE	PROMOTION 88-18	SALE	SALE																												

Plan marketing intégré SS 19

.spring 2019 COLLECTION

SS 19 SEASONAL IN-STORE PLANNING ITALIA

2019

	JAN				FEB				MAR				APR				MAY				JUN				JUL						
	1-7	8-14	15-21	22-28	29-4	5-11	12-18	18-25	26-1	2-8	9-15	16-22	23-29	30-6	7-13	14-20	21-27	28-3	4-10	11-17	18-24	25-1	2-8	9-16	16-22	23-29	30-5	6-12	13-19	20-26	27-2
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
MARKEt INSIGHTS/ACTIVITIES																															
ACTIVITIES	SALE	PROMOTION FW 18	SALE	SALE																											
SPRING																															
SUMMER																															
CAPSULE																															
WINTER																															
SALE	PROMOTION SS 18																														



Calendrier marketing .transition 2019

.spring 2019 COLLECTION

1 JAN – 26 FEB

1 JAN – 31 JAN

1 FEB – 14 FEB

14 MAR

28 MAR

SALE

-30% -35%

SALE

SALE

SALE/SALDI



O bag soft



VALENTINE'S DAY

CAPSULE
TBD

CAPSULE
TBD

Calendrier marketing .spring 2019

.spring 2019 COLLECTION

8 JAN – 14 FEB



NEW COLLECTION

14 FEB – 27 FEB



story spring
SPRING BLOSSOM

28 FEB – 10 APR



story spring
TANGERINE

11 APR – 24 APR



story spring
ULTRA VIOLET

.agenda

.01 évolution de l'entreprise

.02 analyse de scénario

.03 actes

.04 Futurs projets

.05 Preparation aux soldes

.06 Plan marketing intégré

.07 report investissement marketing

.08 nouvelles procedures

.09 best opportunities 2018

.10 objectives

Ce qu'on a fait première moitié 2018

	ITALY	SPAIN	PORTUGAL	FRANCE	GERMANY
influencer	✓		✓		✓
social media	✓	✓			
ADV print, billboard, media	✓				✓
event	✓	✓			
PR agency	✓	✓			
sustainability	✓				

Influencers

Rôle dans notre stratégie de communication: le design représente une valeur fondamentale de la marque, mais nous devons communiquer la mode et la féminité.

Le but est de:

- augmenter le désir de la marque, donner aux consommateurs l'inspiration de comment porter
- générer engagement
- soutenir le lancement de nouveaux produits / formes.



Alors ... nous avons sélectionné un portefeuille de plus d'un influenceur qui aiment vraiment la marque et les produits O bag...

Influencers italiennes

Ce sont les influencers qui travaillons depuis 4 mois (à partir de février 2018). Elles ont différents profils, âges et personnalités. Notre intention est d'avoir un impact et une exposition en différentes villes, tranches d'âge et consommateurs potentiels.



Vittoria Deganello
414k



Sophietta
239k



Anna Penello
196k



Arianna Calvitti
253k



Ludovica Valli
1,4mil



Chiara Carcano
215k



Alice Basso
501k



Costanza Caracciolo
795k



Giorgia Di Basilio
133k



Serena Enardu
190k



Gio Lucini
417k



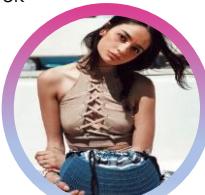
Alessia Melpi
123k



Giorgia Caldarulo
224k



Nicole Mazzocato
1,2mil



Sophia Galazzo
502k



Chiara Biasi
1,8mil



Valentina Melpignano
120k

Comment nous avons utilisé les influencer pour soutenir un lancement de produit: O bag urban

Poussez de façon forte et avec fréquence le même modèle: plus de 140k likes.

Pour le lancement de la nouvelle forme O bag urban, toutes nos influencers ont posté dans la même période (avril - mai) le nouveau sac de manières différentes.



24k like



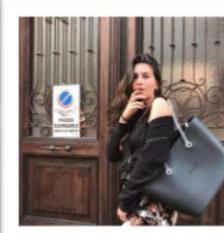
5k like



4k like



11k like



17k like



3k like



23k like



7,5k like



3k like



5 like



30k like

influencers portugaises et allemandes

Les influencers sont le premier point de contact avec les consommateurs portugais et allemands.

À ce stade, nous choisissons des influenceurs «locaux»; des filles avec des personnalité différentes.
Pour obtenir une implication "réelle" des influenceurs, il faut avoir un budget et une organisation appropriés.



Portugal

Doubletrouble
43,7k



Pipatavarezz
21,2k



Sara Rodriguez
54k



Sophiepirrung
71,6k



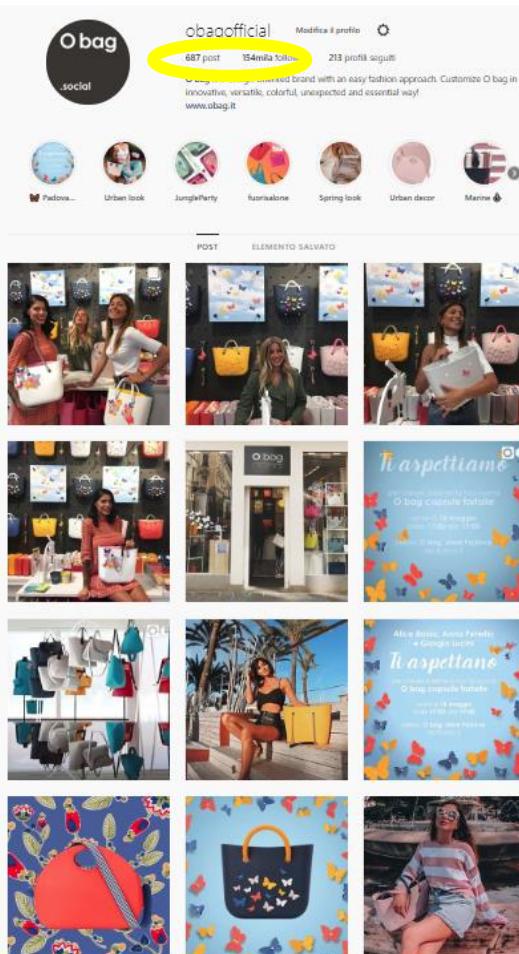
Torinasir
41,1k



Stylemocca
39,6k

Allemagne

Instagram - @obagofficial



A collage of images from the O bag Instagram feed. It includes a banner at the top with the text "Comment travaillons-nous?". Below it are several photos: a woman holding a large white handbag, a woman sitting at a counter with bags, a storefront, a woman sitting on a beach chair with a yellow bag, a woman sitting on a couch with bags, a woman sitting on a beach chair with a yellow bag, a woman sitting on a beach chair with a yellow bag, and a woman sitting on a beach chair with a yellow bag. The text "Images: images et sacs amusants et colorés" is overlaid on the first two images. The text "Vidéos courtes: images gif des produits en mouvement" is overlaid on the third image. The text "Nouvelles: magasin d'ouvertures, nouvelles collections / nouvelles capsules, événements" is overlaid on the fourth image. The text "Nous ajoutons des informations et des détails au Client" is overlaid on the fifth image.

The image shows the Instagram profile for Carpisa (@carpisaofficial). It features a white profile picture with the brand's name. The bio reads: "Carpisa Lots of colors and a brand new design for #CarpisaSpringCollection. Shop now all our favorite items on like2b.uy/carpisaofficial". Below the bio are three small profile pictures. At the top right of the profile page, there is a yellow circle highlighting the follower count: 213mila follower.

The image shows the Instagram profile for Coccinelle (@coccinelleofficial). It features a pink profile picture with the brand's name. The bio reads: "CoccinelleOfficial Coccinelle is a leading leather handbags and accessories brand. www.coccinelle.com". Below the bio are three small profile pictures. At the top right of the profile page, there is a yellow circle highlighting the follower count: 192mila follower.

Other brands example

Facebook - @Obag

O bag .social

new SUMMER colors

Acquista ora

Home Informazioni Foto Video Eventi Present Note Post Servizi Vetrina Gruppi Offerte Lavoro Community

Mi piace Segui Condividi Acquista ora

Community

Muovi tutti

Posta a Inna Chiavari Cesarini e 1 altro amico

Scrivere un messaggio

Placa a 135.85 persone

Seguiti da 19.819 persone

Crea una community intorno alla tua Puglia creando e integrando nei gruppi

Informazioni

Muovi tutti

Di fatto anche altre persone

http://www.obag.it Promuovi il sito Web

Bonvivere Scopri le nostre offerte

Posti O bag store CZ

Foto

Allo studio! O bag farfalle. Il 18 maggio scopri la nuova collezione di O bag! Ili aspettiamo!

Muovi tutti

Video

evento O bag store Padova - capsule farfalle

li aspettiamo

per creare insieme la tua nuova O bag capsule farfalle

venerdì 18 maggio dalle 17:00 alle 19:00

O bag introduce O bag soft O bag urban

Mostra tutti

O bag .social

blooming garden on vichy pattern

12 maggio alle ore 14:16

#Obag #Obag2018 #igify #Followers #Blooming #Summer #NewCollection #Obagzauber #mischmatch

Visualizza traduzione

Copertina 19.412 persone Muovi in evidenza il post

Photo

O bag

Posta a Inna Chiavari Cesarini e 1 altro amico

Scrivere un messaggio

Placa a 135.85 persone

Seguiti da 19.819 persone

Crea una community intorno alla tua Puglia creando e integrando nei gruppi

Informazioni

Muovi tutti

Di fatto anche altre persone

http://www.obag.it Promuovi il sito Web

Bonvivere Scopri le nostre offerte

Posti O bag store CZ

Foto

blooming garden on vichy pattern

12 maggio alle ore 14:16

#Obag #Obag2018 #igify #Followers #Blooming #Summer #NewCollection #Obagzauber #mischmatch

Visualizza traduzione

Copertina 19.412 persone Muovi in evidenza il post

Octobre
2017
101k

Mai
2018
135k

Print ADV

En ce premier semestre, O bag a confirmé sa présence dans les magazines italiens avec une planification mensuelle et hebdomadaire. La fréquence a été importante et réactive en terme de pertinence.
Nous avons fait au total 52 pages.



Magazines:

Elle
Glamour
Amica Accessori
Gioia
F
Grazia
D di Repubblica
Io donna
Tu Style
Cosmopolitan
Vanity Fair

Nous avons choisi au début de la planification images avec O bag moon, fifty et pocket de la collection mode (en saison).

Puis on a fait pression pour la nouvelle forme O bag urban, comme on a fait avec les influenceurs

L'existence de la présence de cercle coloré. Le cercle représente O bag d'O qui signifie:
One, Original and Own..

De cette façon, nous voulions souligner les valeurs de notre marque.



Couverture de Presse

Nous avons obtenu 143 éditoriaux en Italie



GIOIA!



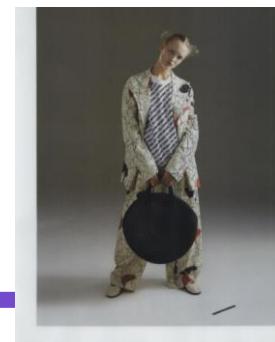
VANITY FAIR



ELLE



GIOIA!



GIOIA!



GIOIA!



GLAMOUR



F



GRAZIA



IO DONNA



GRAZIA

Couverture Web

DONNAclick.it

Matrimonio Bellesza Coppa Marina Moda Salute Hobby & Cosa Gossip

Vola in Italia e oltre

Scegli la tua destinazione e vola Alitalia. Apprendi delle offerte! alitalia.com

Home - Moda - Accessori moda

Non perdere le ultime novità di Donnaclick!

Inscriviti alla newsletter

O BAG 2018, LA COLLEZIONE PRIMAVERA ESTATE E I MODELLI DA NON PERDERE

MODA - 27 MARZO 2018



lei CHIC

MODA

Borse chic, O bag lancia O bag
Urban la nuova forma metropolitana

O bag aveva già più di un anno applicato le nuove O bag urban, l'ultimo resto della collezione primavera estate 2017. Il bag urban è un modello che si può prendere in mano e usare in tutte le forme, il bag urban è una borsa metropolitana, urbana, comoda e comoda per tutti coloro che non sono a casa.



LUXGALLERY
IL PORTALE DEL LUXUO

ABITARE - ARTE - BEAUTY - CELEBRAZIONI - FASHION - GUSTO - MOTORI - PEOPLE

LUXGALLERY | CELEBRAZIONI | FUORISALONE MILANO 2018 LE CELEBRITÀ ALL'EVENTO O BAG [FOTO]

Fuorisalone Milano 2018: le celebrità all'evento O bag [FOTO]

O bag: tutte le celebrità presenti all'evento in occasione del Fuorisalone 2018

20 aprile 2018 - di Roberta Fassina

Celebri, Home slide

MODA GLAMOUR ITALIA

Magazine MDI - MDI Immagine Italia & Co MDI Red Carpet Party The Cat MDI Fashion Show Venice MDI 3 News Shows

20 aprile 2018

MDI 2018 Immagine Italia & Co

O bag: tutte le celebrità presenti all'evento in occasione del Fuorisalone 2018

20 aprile 2018 - di Roberta Fassina

Celebri, Home slide

Share on Share on Share on +



velvet style

HOME MODA CUCINA STILE INSIEME MUSICA GAMES

ARTISTI

RECENSIONI

INTERVISTE



Fuorisalone, il grande successo di O bag soft

Lei Trend

HOME FASHION BELLEZZA LIFESTYLE CULTURA

ARTICLES

ART

Campagne extérieure: Milan

OOH BUS campagne: Grande présence d'impact dans le cœur de nos villes. Effet surprise que de nos jours est de plus en plus difficile à réaliser.

C'est une communication qui revitalise la ville et qui, contrairement aux autres médias, est en contact direct avec le public et les personnes qui se déplacent.



Darsena



Sirietto

Pour la première fois, nous avons investi dans le panneau d'affichage dans le bus.

En avril, O bag était présent avec une importante campagne extérieure dans les bus de Milan (Italie): Siretto et Darsena. Pendant ce mois de grand mouvement et de flux touristique, le nouveau O bag urban et les O clock passeront à travers le rues de Milan.

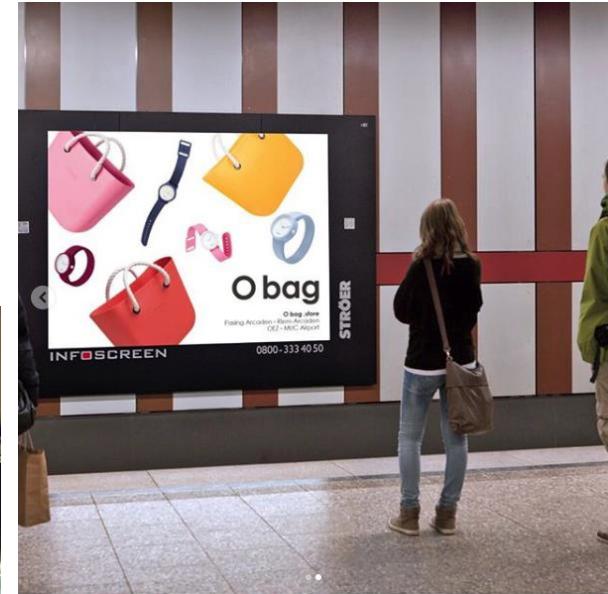


Nous avons sélectionné les villes les plus visitées.
Double objectif: atteindre le commerce international et aussi bien les consommateurs

Campagne extérieure: Allemagne

En avril, O bag était présent avec une importante campagne en plein air avec megalight, piliers colonnes et infoscreen dans la rue et les gares des villes allemandes comme: Munchen, Hannover, Regensburg et Erlangen.

Nous nous sommes concentrés sur la gamme complète de produits O bag, de l'icône O bag aux O clocks.



Événements institutionnels: Fuori Salone 2018, Avril - Milan

Nous avons lancé la nouvelle collection O bag soft pendant Salone del Mobile en Milan.

Nous avons organisé un événement Meet & Greet avec aucunes influenceurs et VIP.
Le lieu de l'événement était le toit de l'hôtel Magna Pars Suite.



We are glad
to introduce

O bag soft
and

Spring '18 Collection
product experience

19 Aprile 2018
HOTEL MAGNA PARS SUITES | ROOF DECK
Via Forcella 6 - MILANO
ore 18:30-20:30

#besoft #obagproductexperience

Événements institutionnels : Mars 2018 - Madrid

En Mars nous avons organisé un déjeuner privé avec Cristina Reyes @cristinareyesro.

Elle est la styliste et l'influenceur des célébrités, qui a une grande image en Espagne et dans les médias.

Elle est ambassadrice de la marque O bag en Espagne, elle nous aide à construire la marque et à avoir plus de notoriété en Espagne.



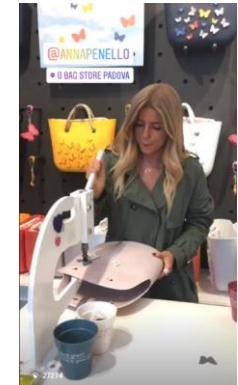
L'événement consistait en un déjeuner avec les amis de Cristina (10 célébrités / influenceurs).

Cristina a expliqué sa passion pour O bag, les valeurs de la marque et comment cela fonctionne en faisant une exposition avec certains modèles. Après l'exposition, chaque célébrité a choisi son propre sac, devenant conseillère de style de la marque et futur ambassadrice.

Elle continue d'expliquer la marque, les valeurs, comment créer son propre modèle de O Bag, les looks, les styles, les matériaux, l'affichage sur ses Média social.

événement en boutique: Padoue Capsule Papillons

Vendredi dernier, nous avons organisé un événement dans la boutique de Padoue. 3 de nos influenceurs ont personnalisé et créé leur propre O bag avec des patchs papillon. Ce fut un moment amusant pour nos clients et une façon différente d'introduire une capsule spéciale.



PR agences

ITALY

Studio Nazari in Milan, qui prend soin de PR et relation avec les médias et les agences de presse.

STUDIO NAZARI
PUBBLICHE RELAZIONI

SPAIN

VIACOMUNICACION. La collaboration a commencé en 2017 avec un fort accent sur les plateformes de médias sociaux, le soutien des influenceurs et l'exposition de la press. Ils se occupent aussi de @Obagspain Instagram (être amélioré).



Durabilité «Chiudi il Cerchio»

O bag



La campagne de recyclage «Chiudi il Cerchio» est toujours en cours dans les magasins italiens.

Nous communiquons toujours sur le site en ligne, sur les publications sociales et sur la couverture presse

La Société croit beaucoup dans cette activité pour confirmer l'intérêt et l'engagement en matière de durabilité, afin de réduire l'impact environnemental.

Nous avons recyclé environ **500 sacs**, et le résultat du recyclage est un puzzle de tapis que nous envoyons gratuitement à l'école maternelle et à l'école que vont demandé-il par le site online.



Durabilité – Sans fourrure

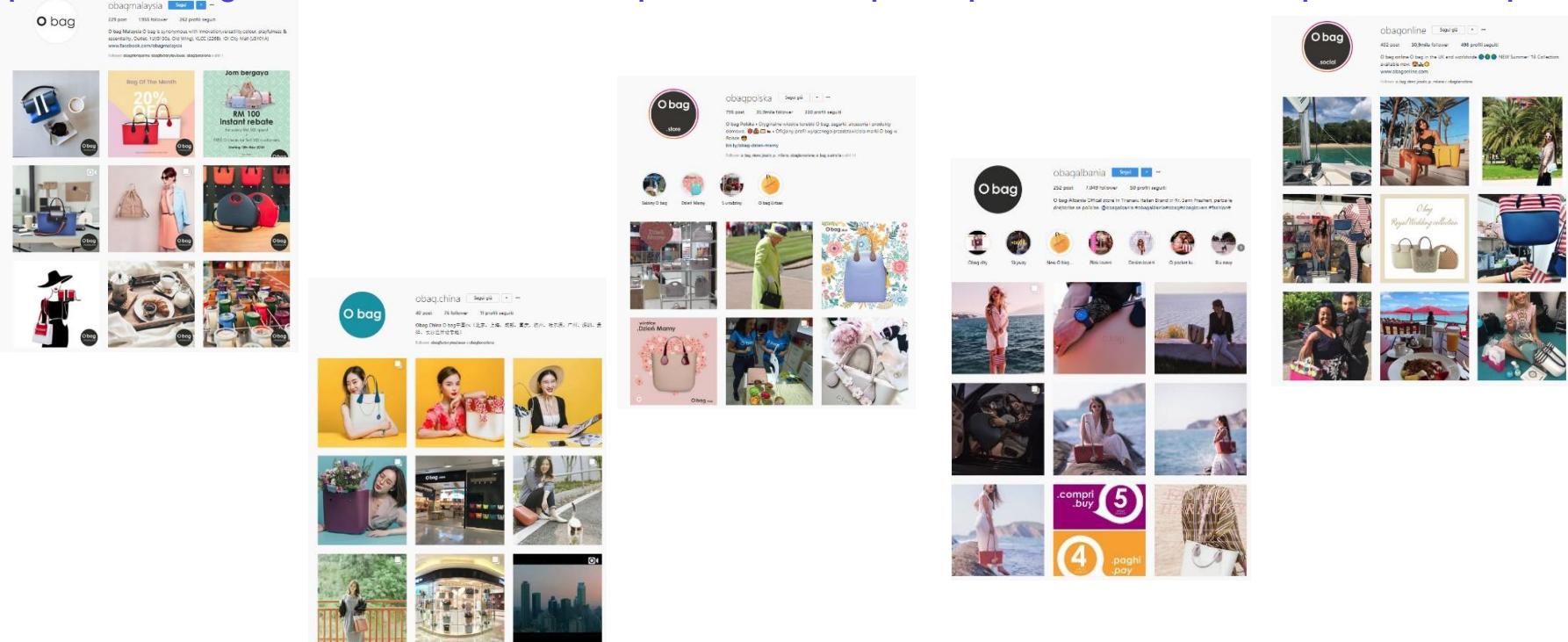
Pour renforcer notre programme sans fourrure, de la collection automne-hiver 2018, tous nos produits et accessoires en fourrure écologique auront une étiquette spéciale avec le logo «sans fourrure»..



Qu'en est-il des pays non directement gérés?

Département de communication du O Bag essaye de coordonner le département marketing des pays non gérés directement (distributeurs).

Notre objectif est de partager la stratégie, l'image, les vidéos courtes, les valeurs de la marque, le communiqué de presse, l'affichage des fenêtres, les idées, etc. pour obtenir une philosophie et une essence uniques de la marque.



Quelques exemples : China, Poland, UK, Albania, Malaysia

Ce que nous prévoyons de faire: H2 2018

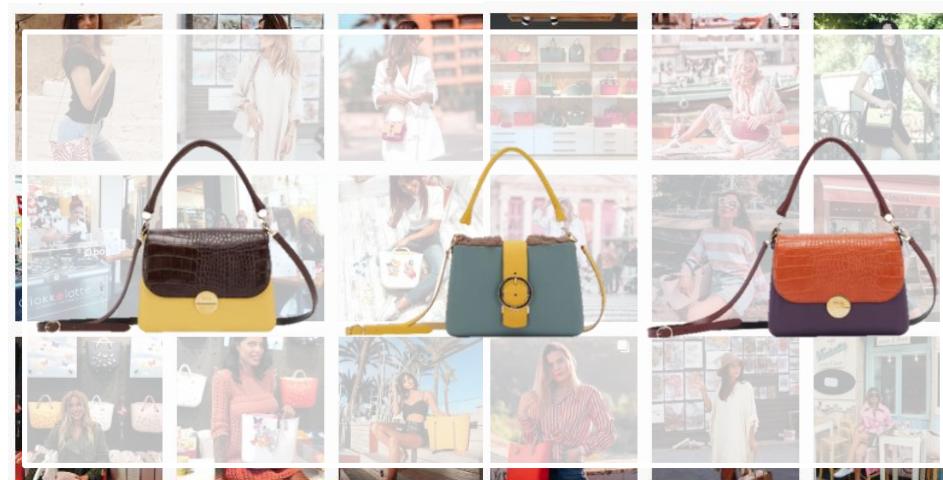
	ITALY	SPAIN	PORTUGAL	FRANCE	GERMANY
influencer	✓	✓	✓		✓
social media	✓	✓			
ADV print, billboard, media	✓	✓		✓	✓
event	✓	✓			
co-marketing	✓				
storytelling	✓	✓	✓	✓	✓
website	✓	✓	✓	✓	✓
talent	✓				
PR agency	✓	✓		✓	✓

Influenceurs

Nous continuerons à collaborer avec de nombreux influenceurs italiens.

Nous prévoyons d'augmenter les activités pour l'Espagne, le Portugal et l'Allemagne.

Soutenez le lancement de la nouvelle forme Glam et Knit.



Campagne extérieure

Sélectionnez les villes les plus visitées comme : Rome, Florence, Paris et Madrid.

Double objectif: atteindre à la fois le commerce international et les consommateurs.

L'objectif du produit devrait être à la fois:
O Bag essentiel et nouveau concept O bag Soft

Événements

Une bonne performance de H1, suggère de suivre l'organisation des événements en magasin / locaux pour le lancement et le roll-up de la nouvelle capsule, afin de:

- o établissement O bag comme marque leader dans la personnalisation
- o renforcement the concept de O bag comme un laboratoire

La nouvelle boutique O bag à Capri célébrera l'inauguration le 6 juillet.

Journaliste et influenceurs assisteront à l'événement.



Co-marketing

O bag

futures activités de co-marketing



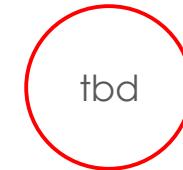
Disney
MICKEY
THE TRUE ORIGINAL



vodafone



promo
%



projet
de
voyage



projet
de o
clock



e-commerce



vitrines

Storytelling

O bag veut augmenter l'offre de nouveaux produits, commençant de la forme solide et carrée nous avons créé des matériaux et au design "fluide" doux et palpable.

Le résultat est la création de la nouvelle ligne «peau alternative» en matière souple et écologique - avec un matériau innovant aligné sur l'essence de la marque (ex: textiles caoutchoutés).



Site Internet

Nouveau site web pour augmenter l'expérience utilisateur, les ventes, l'engagement.

Afin d'augmenter les achats en ligne à partir de notre boutique en ligne, la plateforme en ligne Magento est maintenant intégrée au système Stealth, dans un travail quotidien.

Les avantages concernent:

- automatisation de processus
- disponibilité continue et constante des produits.

Nous travaillons actuellement sur une nouvelle mise en page pour améliorer les performances du e-shop et offrir une expérience utilisateur plus efficace «UX», et plus facile à utiliser.

L'UX permet de répondre aux besoins précis du client, en offrant une gamme complète de services, y compris l'ingénierie, le marketing, la conception graphique et industrielle et la conception d'interfaces.

Talent



D'avril à Juin, le sac O Bag sera étudié par des architectes, des designers et des étudiants; le titre de la course est: «Si quelque chose n'existe pas nous la concevons et la créons».

Le sac sera présenté à la direction O bag, si jugé industrialisable, en peut le produire.



TOPIC *Il meglio degli anni '90, Be up...*

GLAMOUR

GIOVANNI GASTEL

PORTFOLIO BIO CONTACT

BEAUTY REPORTER

ACCEDE | REGISTRATI



PR agences

ALLEMANDE

Comme pour l'Italie et de l'Espagne, nous avons récemment conclu un accord avec une agence de relations publiques allemande qui nous aidera à diffuser l'ADN et le concept O bag dans le pays.

FRANCE

En ce moment nous cherchons une agence de relations publiques en France.

Stratégie future



.agenda

.01 évolution de l'entreprise

.02 analyse de scénario

.03 actes

.04 Futurs projets

.05 Preparation aux soldes

.06 Plan marketing intégré

.07 report investissement marketing

.08 nouvelles procedures

.09 meilleures opportunités

.10 objectives

Retourne:procédure et échantillons

.spring 2019 COLLECTION

en phase de définition la nouvelle procédure de retour

1. Merchandise pas bonne pour une boutique “full price”

- Merchandise recue de l'entrepot centrale
- Merchandise utilisé par un client final

2. Autorisation de retour

-Exigence: retracer les différents types de retours à partir du moment où ils arrivent dans l'entrepôt central; éviter de manipuler les retours non autorisés dans l'entrepôt central.

3. Procédure d'emballage

-Exigence: accélérer la possibilité de réutilisation des marchandises retours de qualité appropriée> la détermination qu'un produit ne convient pas à la vente n'appartient pas au personnel de la logistique.

4. Software

- futures opportunités de Web Order en tant que portail pour les clients qui n'utilisent pas X Store / Stelth
- Possibilités de vente au détail pour gérer un portail dans lequel tous entrent toutes les informations des demandes de retour individuelles reçues des consommateurs finaux

5. Réglementation à la vente de livres d'échantillons à partir du printemps 19.

.agenda

.01 évolution de l'entreprise

.02 analyse de scénario

.03 actes

.04 Futurs projets

.05 Preparation aux soldes

.06 Plan marketing intégré

.07 report investissement marketing

.08 nouvelles procedures

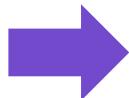
.09 meilleures opportunités 2018

.10 objectives

meilleures nouvelles de 2018

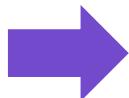
.spring 2019 COLLECTION

produit



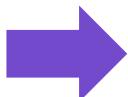
- insertion de ligne Soft et de alternative peau

marché



- Nouveau Boutique Capri
- accélération du marché chinois
- occasion Alibaba
- ECI bonne performance

accords internationaux



- conclu des accords dans Iran, UAE, Thailandia
- négociations commerciales en clôture pour le Japon et

.agenda

.01 évolution de l'entreprise

.02 analyse de scénario

.03 actes

.04 Futurs projets

.05 Preparation aux soldes

.06 Plan marketing intégré

.07 report investissement marketing

.08 nouvelles procedures

.09 meilleures opportunités 2018

.10 objectives

- Commandes doivent être chargées dans 6 Juillet 2018
- alignement avec les politiques de l'entreprise
- utiliser les instruments mis en évidence dans la présentation pour la relance des résultats

Printemps 19 -Thèmes

.spring 2019 COLLECTION

- Ultraviolet
- Tangerine
- Spring bloom

