

Massimo Piombo e Ovs

Il futuro insieme?

Lo decide il consumatore

In 500 store un corner «blu perfetto» riservato allo stilista

Un'idea controcorrente: vestire tutti. E una telefonata: «Vorrei aprire mille negozi Piombo con te». È nato così, dalla visione di Massimo Piombo e dalla velocità di Stefano Beraldo nel raccogliarla, il progetto che sta per prendere vita in 500 negozi Ovs.

Dal 22 settembre lo stilista ligure, spirito anticonformista e interprete di una eleganza decontratta, entra nel mondo di Ovs, interpretando il nuovo filone della moda democratica. «Una filosofia estremamente contemporanea, che il Covid ha solo accelerato, ma che era nell'aria già da tempo — spiega Piombo —: quello che oggi trovo preistorico è chiedere cifre astronomiche per soddisfare una presunta eleganza». La collaborazione è già stata promos-

Stefano Beraldo
Altri alzano i prezzi, noi possiamo vestire a prezzi ragionevoli 50 milioni di persone

sa, dall'amministratore delegato di Ovs Beraldo, a progetto senza scadenza: sarà il consumatore finale a stabilire la durata di una partnership dal profilo inedito. Non solo per il dna interamente italiano dei protagonisti, ma anche per il format: ognuno dei 500 store Ovs avrà un corner Piombo di 60 metri quadrati riconoscibile dal blu Piombo, il colore d'elezione dello stilista, che da sempre insegue il «blu perfetto». «Non credo sia possibile annoiarsi del blu: è come annoiarsi della persona amata», scherza Piombo, che ha declinato il colore in capi-spalla, maglioni e blazer, che sono proposti anche in arancio, marroni e check. Una collezione pensata in modo etico, per «migliorare la vita di

chi la indossa», dice lo stilista e proprio per questo strutturata pensando ai diversi momenti della giornata. «Un look completo con giacca, camicia, pantalone e pullover costa intorno ai 300 euro e proporremo degli outfit già pensati da noi, come la giacca di velluto a coste abbinata a una felpa e ai chinos per le uscite più casual o accostamenti formali per la vita d'ufficio».

Un'operazione che sposa la forza del sourcing Ovs — in grado di tracciare ognuno dei suoi 10 mila prodotti assicurandone provenienza e qualità — al talento di un designer che Beraldo definisce il migliore interprete di una eleganza meno impacchettata e più originale. «Raccontiamo storie diverse a una clientela molto vasta che va dalla mamma, al single, fino al professionista, con la caratteristica comune del giusto prezzo. Mentre altri marchi hanno aumentato i prezzi per pagare sfilate e pubblicità, noi abbia-

mo l'ambizione di vestire bene 50 milioni di persone a un prezzo ragionevole».

La collaborazione con Piombo va proprio in questa direzione: mettere insieme due competenze molto forti per dare al consumatore finale il servizio migliore, in cui l'uso di tessuti pregiati come cachemire, vigogne e velluti giustifica un prezzo lievemente più alto. «Una camicia costerà 29 euro, una maglia 49, una giacca 70 — anticipa lo stilista — abbiamo creato dei look con varie occasioni d'uso, per suggerire alle persone come vestirsi. Il cappotto è senza dubbio il capo da non mancare, da portare con una felpa, un cachemire o senza niente». L'attitudine genderless fa già parte del progetto. «Ho donne che acquistano prodotti della mia collezione — dice Piombo —: vorrei che i corner all'interno di Ovs fossero un punto di riferimento per persone speciali».

M. Pro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Moda etica

Un outfit della collezione, dal 22 settembre in 500 store **Ovs**. «È pensata in modo etico», dice Piombo

Total look
Un total look Piombo per **Ovs**; nei corner verranno consigliati outfit per diverse occasioni d'uso

