LO' by Lovable partecipa a Web Franchising Expo 2012
La catena retail di intimo presenta il nuovo concept

Milano, 16 febbraio 2012

LO' by Lovable, associato ad Assofranchising, partecipa a Web Franchising Expo e presenta il nuovo concept di negozio. elaborato dallo studio B89 (Bombini&Saccardo) di Vicenza, che trasforma i negozi LO' by Lovable in ambienti sofisticati ed eleganti ispirati al nuovo trend dello "home feeling".

Elaborato in due versioni che si differenziano per pochi dettagli: **City**, per i negozi nei centri storici, e **Mall** per i negozi dei centri commerciali, il nuovo negozio dà spazio alla luce e all'emozione.

Tanto bianco (dai mobili al parquet in rovere sbiancato alle pareti) abbinato a un sofisticato tortora. Il risultato è molto luminoso, la sensazione è quella di una casa elegante con nicchie arredate e una modanatura che corre a soffitto: un elemento che ammorbidisce l'ambiente e contiene i supporti per il materiale di comunicazione.
I confortevoli camerini, garantiscono la massima privacy del cliente e tanti dettagli come cornici bianche e piano di appoggio per oggetti accentuano lo "home feeling". Lo specchio ha illuminazione a LED laterale per eliminare l'effetto ombra ed è integrato da un kit di appoggio ad incasso per borse/piccoli oggetti/salviette rinfrescanti e da una seduta.
Il punto cassa, in frassino bianco, è un punto di assistenza dedicato ed è caratterizzato da una parete di fondo in colore tortora con marchio LO' applicato e nicchie che fungono da punti focali.
Tutta nuova anche la vetrina, dal forte impatto emozionale: una grande cornice dai fondali intercambiabili, per supportare al meglio le diverse campagne pubblicitarie. Accanto ai manichini a figura intera, tutti bianchi, un mobile basso a cassetti apribili (articolato in elementi più semplici per le vetrine aperte) rafforza lo "home feeling" che caratterizza il nuovo concept.
L'insegna (luminosa a LED) è posizionata su cristallo d'ingresso e vetrine per "firmare"nel modo più chiaro il messaggio di comunicazione.

Un tocco di attenzione all'ambiente e costi energetici ridotti nel sistema di illuminazione che utilizza sistemi ad alto rendimento.

Applicato per primi ai negozi LO' di Milano, Corso Buenos Aires 65, e Brescia (Centro Commerciale Frecciarossa), il nuovo concept progressivamente "vestirà" tutta la catena, che conta ad oggi più di cento negozi in tutta Italia e sviluppa una crescita di fatturato a due cifre, con un obiettivo di 50 negozi totalmente rinnovati entro la fine del 2012, l'anno del 50° anniversario di presenza del marchio Lovable sul mercato italiano.
Già nel prossimo mese di marzo sono previste nuove aperture a Pescara, Palermo e Savona.

Nata nel 1998 dal cuore di Lovable, di cui rappresenta l'anima più moderna e seduttiva, la catena LO' by Lovable va ad enfatizzare in modo ancora più significativo attrattività e seduzione, pur mantenendo il legame con i valori core della casa madre. Per questo i valori trainanti di LO' sono Sensualità e Benessere, sintetizzati dal claim "Ogni curva ha il suo cuore". Il claim, ad un livello più profondo, rimanda all'aspirazione in termini di distintività dei negozi LO' di essere riconosciuti sul mercato proprio per l'accuratezza e la personalizzazione del servizio.
Per informazioni sulla catena : www.intimolo.com.

Press office: R Studio Via Stradella 4 Milano – tel. 02 29419561 e-mail rstudio4@tin.it