



103a5TM
iNdividual Lifestyle

brand book



La delocalizzazione produttiva ha lasciato che il *Made in Italy* diventasse un vecchio e polveroso ricordo di fine millennio del quale oggi si cavalca artificiosamente l'eco ostentando etichette di italianità su prodotti che di *Made in Italy* spesso non hanno nemmeno l'etichetta stessa.

Stereotipi e status symbol appartenenti a questo modo di pensare sono ormai svuotati di ogni valore e in uno scenario sempre più globalizzato e in continua evoluzione è il momento di *reinventare il Made in Italy* e aggiornarlo al terzo millennio.

Il *Made in Italy* che caratterizza **Ideas** guarda pertanto al mondo intero, si ispira alle sue città, ne respira i sapori e ne vive i colori, ne osserva le tradizioni e ne spia le mode e gli stili di vita, ma pensa, ricerca, sviluppa, crea e produce *realmente e interamente* in Italia i suoi prodotti, oggetti unici nati dall'incontro tra l'ideologia eco-sostenibile e la passione per il mondo del design.

Dallo status symbol all'iNdividual Lifestyle

iNdividual Lifestyle è un concetto attivo, dinamico, in costante evoluzione. *iNdividual Lifestyle* è creare il proprio look senza accettare passivamente gli stili e le mode imposte alla massa dai media, dai grandi marchi e dai cosiddetti "trend-setter".

iNdividual Lifestyle è reinterpretazione della moda stessa, ideazione e mix di stili diversi, ricerca e cura dei propri dettagli distintivi.

iNdividual Lifestyle è personalità contro omologazione.

(Re)inventare il rapporto moda-individuo

Con il rifiuto dell'omologazione di massa, *iNdividual Lifestyle* anziché accettare la concezione per cui sia la moda a dettare all'individuo come apparire, ritiene invece che siano gli individui con i loro comportamenti e modi di essere a dover ispirare e influenzare le mode, in un rapporto di scambio condiviso, pluridirezionale e paritetico.

Partendo da questo differente punto di vista, invece che indistinti prodotti realizzati serialmente in infinite copie tutte uguali, Ideas ha scelto di creare pezzi unici che risultino ciascuno differente da tutti gli altri, cosicché ogni *individuo* possa ricercare e scegliere il prodotto che più lo rappresenti, con la grafica e i colori che ne rispecchino il carattere e lo stile di vita.

In questo modo chi acquista un prodotto Ideas *lo fa suo* al 100%, con la garanzia che nessuno ne avrà mai uno uguale, come se quel prodotto fosse stato realizzato appositamente e unicamente per lui.



Innovare la tradizione

Per Ideas la qualità non basta. Un prodotto o un marchio oggi è percepito come nuovo solo se ha una forte innovazione nel concetto, nei materiali, nella funzionalità.

Innovazione che consiste nel guardare oltre la funzione primaria di un oggetto e di un materiale, studiarne caratteristiche e potenzialità e reinventarne l'utilizzo. Da questa visione e dalla volontà di perseguire la sostenibilità ambientale, nasce l'idea di utilizzare i teloni pubblicitari in PVC come "tessuto" per realizzare borse e accessori moda, attraverso una produzione artigianale rigorosamente Made in Italy i cui punti cardine sono qualità, stile, semplicità e cura dei dettagli. (Ri)nascendo dai teloni delle campagne pubblicitarie, i prodotti Ideas (ri)adattano in un nuovo contesto quelle che erano le idee di brillanti creativi dell'advertising, dandogli nuova vita all'interno di un nuovo e differente contenitore di creatività. E proprio come le migliori idee, ogni Ideas è unica.

L'imperfezione come valore aggiunto e garanzia di unicità

Grazie ai materiali utilizzati e all'artigianalità del processo produttivo, ogni Ideas risulta quindi diversa da tutte le altre, ciascuna con le sue piccole imperfezioni, sbavature, screpolature, scolorimenti, tagli.

Chi si identifica con Ideas ama pertanto circondarsi di cose uniche che rappresentino appieno la propria complessa identità, con i pregi e le imperfezioni che la contraddistinguono e ne raccontano il vissuto. Così come nella persona che la possiede, in una Ideas le imperfezioni non sono quindi da considerarsi dei difetti, ma dei segnali di autenticità e umanità che ne amplificano il senso di appartenenza.

Una collezione *sempreverde*

Ideas non presenta collezioni stagionali: all'*autunno-inverno* e alla *primavera-estate* predilige il concetto di *no-season*. Le caratteristiche dei prodotti e la molteplicità delle grafiche e dei colori rendono il concetto stesso di stagionalità superfluo e obsoleto: una collezione *sempreverde* come *green* è l'ideologia che sta alla base dei prodotti Ideas, creati ridando nuova vita a teloni pubblicitari in PVC.

Il web come principale piattaforma d'informazione e vendita

In un mercato in cui il moltiplicarsi degli intermediari ha innescato delle dinamiche di prezzo e di ricarico che sono inevitabilmente subite dall'acquirente finale, è tempo di ripensare anche il concetto di rete vendita al fine di ridurre al minimo i passaggi tra il produttore e l'acquirente stesso. Tutti i prodotti Ideas saranno pertanto acquistabili prevalentemente in rete sul sito www.myideas.it e in selezionati store che condividano la nostra filosofia.

Dall'advertising all'*altvertising*

Così come rifiuta l'uniformazione al fashion system, Ideas sceglie di differenziarsi anche nel modo di comunicare e promuovere il proprio brand e i propri prodotti, prediligendo alle classiche campagne pubblicitarie sui mass-media (*above the line*), il *below the line*, il web e tutte le forme di comunicazione alternativa e non convenzionale e di informazione condivisa e partecipata.

**Ideas rappresenta una sfida unica al mercato massificato, al Made in Italy di vecchia generazione, al fashion system "svalorizzato".
Ideas è iNdividual Lifestyle.**

103a5™

iNdividual Lifestyle

Prodotto e distribuito da: CZ Sport srl
via Redipuglia, 158 | 21055 Gorla Minore (VA)
tel. 0331 601 145 | fax 0331 365 194
info@myideas.it | www.myideas.it