



HOME CASE HISTORY

CHI SIAMO

RUBRICHE

videopagine della COMUNICAZIONE

video SHARING

video PRESENTATI

offerte di LAVORO e FORMAZIONE

AGENDA

LINK

CONTATTI

Sei in: Youmark > Rubriche > Case History

RICERCA

CERCA

VIDEOSHARING

Username

Password

LOG IN Registrati
Recupera password

NEWSLETTER

Email

ISCRIVITI CANCELLAMI

[\[vedi il film\]](#)

✉ RSS ↻ ShareThis

Upim diventa pop e lancia un contest per il nuovo logo

27/01/2010

Uno shopping mall cittadino, dove si può trovare tutto ciò che serve. Senza dover affrontare viaggi extraurbani. L'emporio del terzo millennio, che apre le porte ad aziende in grado di rappresentare al meglio la propria categoria di riferimento (e si fa il nome di Decathlon e Nara Camicie). Concentrando in pochi metri quadrati quello che altrove si espone su molti. Ma anche libreria, musica, studi televisivi per casting. Un luogo dove le persone entrano, dialogano, si confrontano. Popolare, per dirla in breve.

E' questa la **'nuova' Upim nella visione di Stefano Beraldo, ad Gruppo Coin**, che di suo ci ha messo anche soldi propri, a dimostrazione di quanto ci creda. Insieme ad altri manager, la proprietà, le banche (hanno rinunciato a circa un terzo dei loro crediti ottenendo in cambio un 7,5% delle azioni del nuovo gruppo).

Si perché oggi Upim è un'insegna che fa acqua da tutte le parti, nonostante la potenza delle sue location (ed è per questo che il Gruppo Coin l'ha rilevata), con vendite al mq del 30% inferiori a OvsIndustry e del 50% inferiori a Coin, e **un fatturato 2009 che si aggira intorno ai 430 milioni di euro penalizzato da collezioni che non si vendono** (più del 50% viene messo in saldo contro il 25/30% di quelle Ovs e Coin). **Perdendo nell'ultimo anno una quarantina di milioni di euro e maturando circa 150 milioni di debiti verso le banche.**

Eppure, i suoi 149 punti vendita diretti e gli oltre 200 negozi in franchising significano **200mila metri di superficie di vendita che entrano in casa Coin** portandola a detenere una quota di mercato pari al 6%, diventando **la più grande azienda in Italia nel campo dell'abbigliamento e non solo**. Con l'obiettivo di riconvertire 50/60 punti vendita in Ovs entro luglio, una decina in Coin (ma ci vorrà più tempo) e il resto in Upim della nuova era, puntando a un incremento di fatturato del 30%. Un progetto che insieme alle altre iniziative in corso aspira a **un consolidato che nei prossimi 3 anni potrebbe raggiungere i 2 miliardi di euro.**

Il rilancio passa anche dall'esperienza di acquisto. E quindi insegna, vetrine, lay out interno, arredo, musica, che saranno rinnovati. **A iniziare dal logo**, chiamando a raccolta la rete. Perché l'intenzione è di **far diventare il Gruppo Coin una piattaforma a cui si possono agganciare tutte le intelligenze e i talenti che ritengono di aver da dire qualcosa** nel mondo retail, siano essi una marca, un concept, un'idea, un servizio. **Via, dunque, da venerdì**

prossimo sul [sito Upim](#), al contest che metterà in palio 10.000 euro. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Zooppa.com (per partecipare clicca [qui](#)). A scegliere il vincitore lo stesso Beraldo, il sociologo Francesco Morace e lo stilista Elio Fiorucci che già collabora con il Gruppo.

[guarda tutte le Case History](#)

Giorno Settimana Mese

- 1 • Fanfani/Gruppo TBWA\Italia: no a leader operativi over 50 🧑🏻 ⭐
- 2 • Social media, competizione aperta. Ma saranno le aziende a fare la differenza 🧑🏻 ⭐
- 3 • Breil, tre agenzie in lizza per l'incarico
- 4 • Costa/Y&R Brands: smettetela di sentirvi pubblicitari 🧑🏻 ⭐
- 5 • Tribe Communication vince la gara Billa
- 6 • Osservatorio Findomestic: solo le tv col + 🧑🏻
- 7 • Chi smette di fumare è libero 🧑🏻
- 8 • Donatella Treu nominata ad de Il Sole 24 Ore
- 9 • Parte il Tour di Mulino Bianco 2010
- 10 • Vichy lancia Essentielles. Meno di 10 euro a prodotto. Senza pubblicità 🧑🏻