



PRECA Brummel

A misura di bambino dal 1951

Company Profile



*“Io credo che Preca Brummel
sia come un albero in cui la famiglia
e la tradizione rappresentano la base,
le radici, mentre tutto ciò che emerge dalla terra,
cioé l'albero con il suo bel tronco, i rami ed i frutti,
sia ciò che l'azienda ha saputo costruire in tanti anni di lavoro.
Mi piace immaginare che intorno a questo albero
ci siano bambini a giocare,
una festa piena di allegria, colore e fantasia.
Così vedo Preca Brummel,
così immagino che le persone possano viverla.”*

Giovanni Prevosti



Un lungo percorso di qualità

Preca Brummel nasce nel **1951** dall'intuizione e dall'intraprendenza di Giovanni Prevosti.

Da allora, molta strada è stata fatta ma l'azienda conserva ancora oggi una forte impronta familiare tanto che la **famiglia Prevosti**, arrivata ora alla terza generazione, continua a guidare in maniera solida il gruppo: quella dell'unità familiare è una caratteristica fondamentale per spiegare il successo di Preca Brummel, nata in origine come piccola azienda tessile e trasformatasi negli anni nel **leader italiano nel settore dell'abbigliamento per bambino** grazie ai marchi Brums, Bimbus e Mek.





I brands

Brums

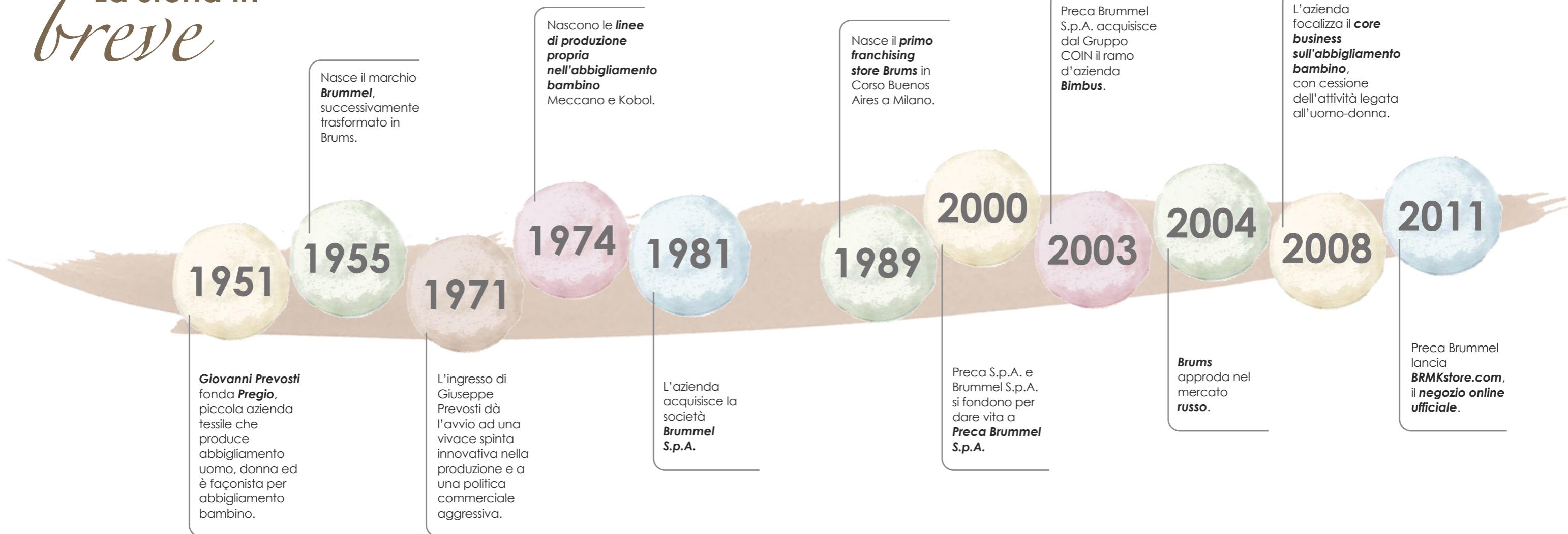
BiMBUS

MEK
Modern Easy Kids

500
Kids Collection



La storia in breve



La storia dell'azienda

È il **1951** quando un piccolo laboratorio tessile inizia la sua produzione di **abbigliamento uomo-donna** a Carnago, in provincia di Varese. Il suo nome è **Pregio**, dal cognome e nome del suo fondatore: **Giovanni Prevosti**. Nel giro di pochi anni, l'attività si consolida sul territorio e inizia a espandersi in tutta Italia. Aumentano le richieste, aumentano i prodotti e, di conseguenza, aumentano anche i dipendenti che a metà degli anni '60 sono già più di 50.

Nel frattempo, dal **1955**, sono diventati parte integrante dell'azienda anche i **figli** che contribuiscono a dare una spinta decisiva all'attività.

Il **1968** è l'anno del **boom**: la Pregio arriva a produrre 800.000 capi uomo-donna in un anno, con il personale che si stabilizza intorno alle 100 risorse. Da qui all'ingresso nella grande distribuzione il passo è breve. I primi anni '70, infatti, sono caratterizzati da un'ulteriore crescita della produzione e da una politica commerciale aggressiva nei confronti del mercato. Si inizia a collaborare con grandi gruppi come COIN, UPIM, LA RINASCENTE e STANDA e si inizia a produrre **capi di abbigliamento da bambino** a marchio Meccano e Kobol.

Nel **1980** i tempi sono maturi per un ulteriore passo in avanti: la Pregio interrompe la produzione da terzista e si dedica interamente alla commercializzazione di abbigliamento a marchio seguendo la filosofia del **multi-brand**.

Nel **1981** l'azienda acquisisce **Brummel**, marchio simbolo di eleganza e ricercatezza nel settore bambino, per spingere ulteriormente su questo business in crescita.

Nel **1989** l'azienda apre il **primo negozio in franchising** bambino a marchio Brummel.

Nel **1996** i marchi Meccano e Kobol diventano **Mek** e il marchio Brummel diventa **Brums**.

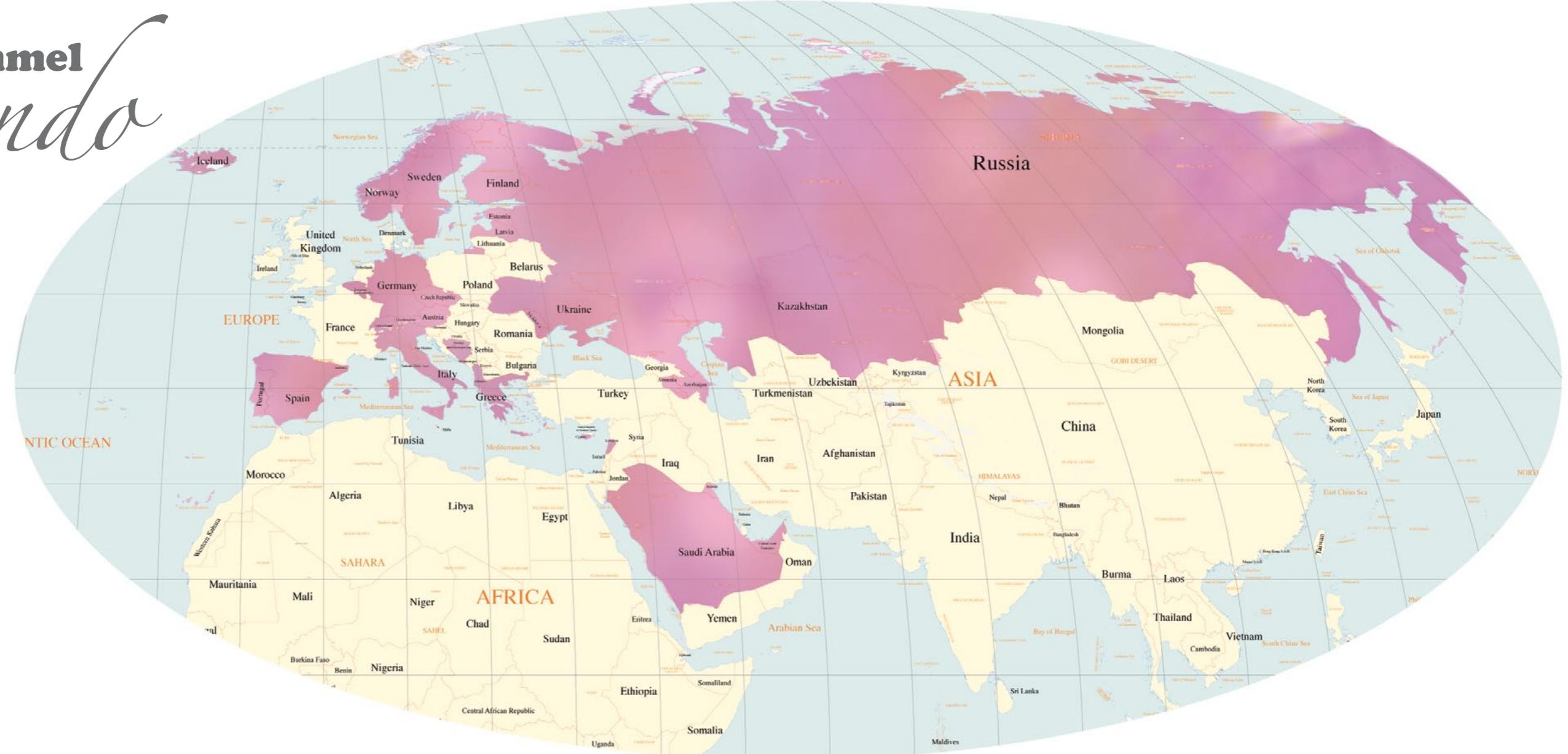
Il nuovo millennio vede il completamento della riorganizzazione aziendale. Nell'ordine: Preca e Brummel si fondono e creano l'attuale **Preca Brummel S.p.A. (2001)**, viene acquisita la catena di negozi per bambini **Bimbus (2003)**, **Brums** approda sul mercato **russo (2004)**, dal **2006** Preca Brummel guarda anche al mondo delle **licenze** (Suomy, Fiat 500), la produzione Preca Brummel si concentra esclusivamente nel **settore bambino (2008)**, viene lanciato il sito e-commerce **brmkstore.com (2011)**.

Oggi Preca Brummel è l'azienda **leader in Italia in ambito Children's Wear** grazie ai suoi tre brands principali. La politica multibrand e multicanale e le strategie lungimiranti dell'azienda l'hanno portata a presidiare i settori più rilevanti del mercato con un'offerta completa, moderna e sempre vicina alle esigenze della clientela finale.



PRECA Brummel nel *mondo*

paesi in cui
Preca Brummel
è presente





I fatturati di Preca Brummel





I capi prodotti





16

Studio e realizzazione Concept Brums by LISAR S.p.A. Interior Contract - designer Arci, Stefano Vaio.

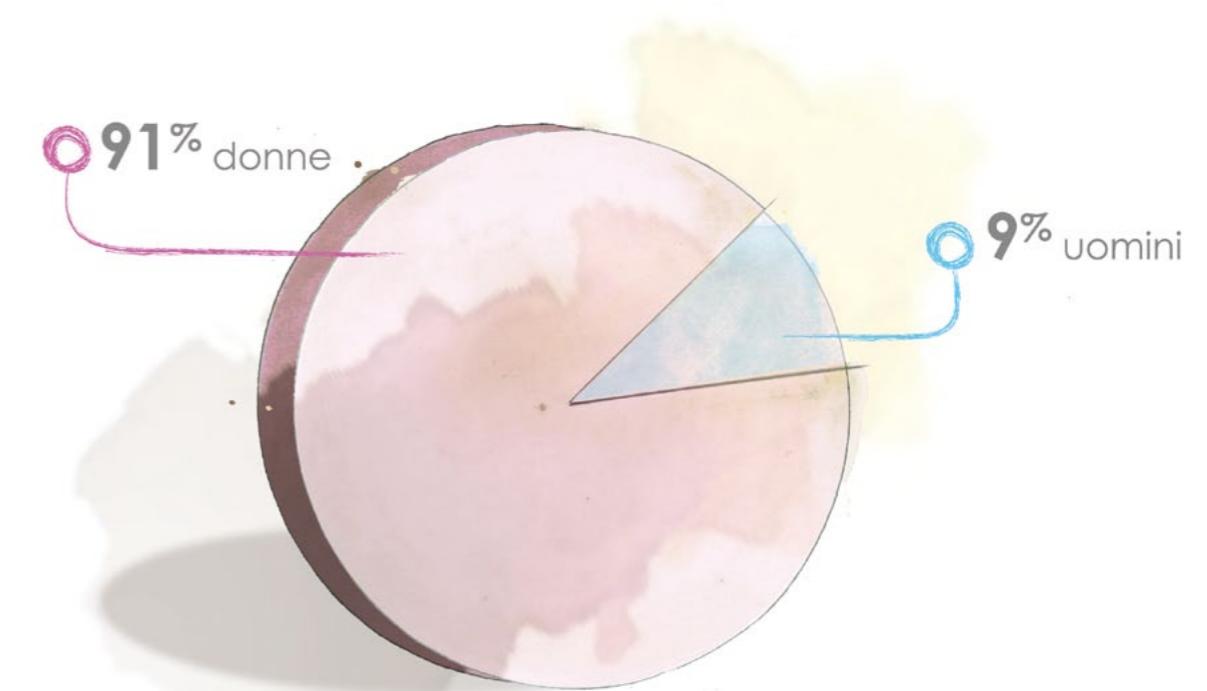
L'evoluzione dei punti vendita



17



Numero di
dipendenti



totale: **410**
dipendenti



Essere un modello nuovo di azienda,
leader del mondo bambino e
punto di riferimento della più
grande rete d'impresa in Italia e
all'estero.

Il ciclo produttivo

Il ciclo produttivo di Preca Brummel per la realizzazione di una collezione è articolato e si sviluppa nel corso di un intero anno.

Durante la **fase creativa** si definiscono il **mood** e i **colori** della collezione tenendo conto delle tendenze moda, delle proposte del team di stilisti, del trend di mercato e naturalmente dell'immagine del brand.

Modelliste informatiche con sapiente abilità tecnica, traducono i bozzetti prima in cartamodello e poi in capo campione.

Uffici delegati nelle **varie parti del mondo** garantiscono la sicurezza e la conformità alle **norme internazionali** dei prodotti e gestiscono la vasta rete di fornitori, professionisti altamente qualificati e specializzati.

Il **costante controllo** durante tutto il ciclo produttivo e l'attenzione massima ai **dettagli**, consentono di realizzare collezioni di altissimo valore che rispondano al meglio ai desideri dei bambini e alle esigenze delle mamme.

È così che vengono prodotti 1.700 modelli a stagione, **8 milioni di pezzi all'anno**.

All'interno del sistema Preca Brummel convivono in forma sinergica più **strategie distributive** e più canali nazionali e internazionali coordinati da sistemi informatici e logistici all'avanguardia.

Tra i punti di forza del Gruppo, la formula oramai consolidata del **franchising** che permette la diffusione capillare e la valorizzazione dei brand su tutto il territorio.

Il **customer service** conosce ogni aspetto del ciclo produttivo e interviene relazionandosi con tutti i clienti e fornendo assistenza costante.

Una filosofia vincente quella di Preca Brummel che coniuga il perseguitamento di risultati importanti con una **spiccata etica professionale** in ogni fase della catena produttiva.







Naturalmente di *stile*

Brums è uno dei marchi più celebri e conosciuti nel settore Children's Wear, nonché fiore all'occhiello della produzione Preca Brummel in Italia e all'estero.

Un brand che, dal 1955 a oggi, ha saputo conquistare una **posizione di assoluta leadership** e confermarsi come interlocutore autorevole per tutte quelle mamme alla ricerca di uno stile raffinato per vestire i loro bambini.

Con il passare degli anni la produzione Brums si è focalizzata su un target **0-10 anni di alto livello**, con una grande varietà di collezioni e capi, adatti a tutte le occasioni. Proposte moderne e sempre all'avanguardia, quindi, ma senza mai dimenticare la praticità e la comodità di cui ogni bimbo ha bisogno.

Le scelte commerciali dell'azienda, l'attenzione dedicata a ogni fase della produzione e l'appeal estetico delle soluzioni-moda, rappresentano il vero punto di forza del brand e il segreto della sempre maggiore diffusione sul territorio italiano.



Brums in *pillole*

- 1955 > **Nascita del marchio**, in origine con il nome di Brummel
- 1989 > Apre il **primo negozio in franchising** a Milano
- 1996 > Brummel cambia nome e diventa Brums
- 2004 > Brums approda sul mercato **russo**
- 2007 > **Restyling** del marchio
- 2009 > Inaugurazione del nuovo **concept-store**
- 2011 > Brums conta 220 punti vendita **mono-marca** ed è presente in più di 580 **multi-marca**

Eleganza in tutta libertà

Lo stile Brums è ritagliato intorno alle esigenze di bambini **0-10 anni** che cercano un **abbigliamento di qualità**, ma al tempo stesso in grado di accompagnarli nelle **piccole, grandi avventure di ogni giorno**.

Eleganza e ricercatezza, in primo piano quindi. Ma anche, e soprattutto, **libertà di espressione**, libertà di gioco, libertà di movimento.

I capi Brums sono la scelta ideale per una **moda spontanea** e vivace, in grado di coniugare alla perfezione un look "da grande" con dettagli moderni e accessori di assoluto pregio. Tante le collezioni, tanti i modelli, i colori e gli abbinamenti - tutti ispirati ai più seguiti fashion trend del momento - per un look adatto a ogni occasione: dal **quotidiano** per la scuola con il giusto rapporto qualità-prezzo, agli ultimi trend della **moda**, fino alle **occasioni più importanti e formali**.



Studio e realizzazione Concept Brums by LISAR S.p.A. Interior Contract - designer Arch. Stefano Vaio.



Marketing mix e comunicazione

Brums gode di un notevole patrimonio in termini di riconoscibilità e di un valore percepito molto alto da parte della clientela finale. Due risultati che riflettono le politiche commerciali dell'azienda, da sempre impegnata a coniugare una produzione qualitativa con strategie di marketing e comunicazione di grande impatto.

Quest'ultimo aspetto, in particolare, ha saputo evolversi negli anni e adattarsi al complesso mondo web&digital, elaborando un **mix di attività** adeguate a supportare la crescita costante del brand.

I **media tradizionali** vengono utilizzati con campagne pubblicitarie, affissioni e altre iniziative, pensate espressamente per veicolare l'immagine istituzionale Brums, le novità in calendario e tutte le promozioni.

L'importanza sempre più crescente del mondo **web&digital** ha portato una decisa svolta verso le nuove tecnologie, per colpire il target di riferimento in maniera più mirata, diretta, efficace: sms, fan page su Facebook, newsletter e aggiornamenti costanti al sito.

Sul **punto vendita** troviamo arredi e retail design di qualità, coordinati a materiali di visibilità, per trasmettere la filosofia del brand.

L'obiettivo degli **eventi organizzati** (sfilate, inaugurazioni dei nuovi punti vendita e molte altre iniziative ancora...) è generare curiosità ed engagement intorno al brand, oltre a supportare lo start-up di nuovi punti vendita.

Nei confronti di **distributori e rivenditori** viene svolta una costante attività di informazione e formazione per supportare la corretta diffusione dei valori del brand e la valorizzazione di un'efficace politica di team working.

Il franchising Brums

La creazione di nuovi punti vendita in franchising ha sempre rappresentato l'aspetto centrale delle politiche commerciali di Preca Brummel. Con il marchio Brums, in particolare, si è creata negli anni una formula consolidata che ne ha permesso la **diffusione capillare su tutto il territorio italiano**, con il numero dei punti vendita di nuova apertura in continuo e costante aumento. Il successo di questa scelta è dovuta tanto alle caratteristiche intrinsecamente qualitative del brand, quanto ai rigorosi **processi di selezione/valutazione/formazione** dei nuovi franchisee.

Inizialmente vengono fatte l'**analisi dei bacini di utenza**, delle location e studi di fattibilità.

Viene fornito il **supporto tecnico per la progettazione**, la produzione e il montaggio degli arredi e viene fornita assistenza per tutti gli adempimenti, fornitura di hardware e software dedicati.

Seguono poi i **corsi di formazione** che valorizzano le capacità imprenditoriali e migliorano l'attività di vendita, mentre le proposte d'ordine sono sviluppate da esperti merchandiser che indirizzano i buyer sull'assortimento più adatto alle specifiche esigenze di ogni negozio.

A livello di comunicazione, viene fornito il materiale P.o.P. per l'allestimento del negozio e delle vetrine e viene realizzato il **“Visual Merchandising Book”** da seguire per l'allestimento del negozio al fine di veicolare l'immagine del brand.

L'apporto costante del marketing è essenziale per le attività di comunicazione dedicate e pensate espressamente per garantire la coerenza e la distintività dell'immagine Brums.



Studio e realizzazione Concept Brums by LISAR S.p.A. Interior Contract - designer Arch. Stefano Vaio.



Jbe
bejunior.com



Essere *junior*, essere *grande*

Jbe, nata nel **2011**, è la linea più "cool" di Brums, ideata per soddisfare le esigenze e i gusti dei ragazzi più grandi. In poco tempo Jbe ha saputo consolidare la sua forte identità sul mercato posizionandosi come punto di riferimento per chi cerca **soluzioni alla moda**, originali e dal forte appeal.

Le collezioni strizzano l'occhio al **mondo fashion dei grandi** e si distinguono per il loro stile trendy, raffinato e confortevole. La linea è dedicata a ragazzi e ragazze **dai 10 ai 16 anni**, decisi, sofisticati e intraprendenti, che considerano l'abbigliamento un mezzo fondamentale per la ricerca e l'espressione della propria personalità.

Lo stile di Jbe rispecchia al meglio la loro voglia di crescere e di sentirsi a proprio agio in ogni occasione.



Jbe in *pillole*

- Nata nel **2011**
- Corner presenti nelle **principali città italiane**, all'interno della catena Brums.





Junior brand

experience

Per consolidare l'awareness Jbe e incrementarne la visibilità, Preca Brummel intende investire su 3 canali principali:

1. Ricerca e Sviluppo

Un team dedicato consente un'implementazione costante tanto delle logiche produttive e di distribuzione, quanto della creazione di **capi/collezioni sempre all'avanguardia**.

2. Attività b2b

Informazioni precise e dettagliate ai **distributori** per diffondere una corretta visione del posizionamento, valorizzare i punti di forza e incrementare la diffusione.

3. Iniziative di comunicazione e promozione

Dal sito alle campagne stampa, passando per i social network, le promozioni sul punto vendita e gli eventi di engagement: la comunicazione Jbe punta a confermare la **riconoscibilità della linea** presso il target e a incrementarne la visibilità nel medio-lungo periodo.



BiMBUS
bimbus.it

Bimbus libera *tutti!*

Bimbus è uno dei 3 marchi che compongono l'offerta Preca Brummel nel settore Children's Wear: un **brand allegro, colorato e vivace**, pensato specificatamente per bambini **0-14 anni** che vogliono esprimersi in tutta libertà.

Nato inizialmente sotto l'insegna del Gruppo Coin, Bimbus è stato acquistato nel 2003 da Preca Brummel ed è tornato protagonista nel settore bambino grazie a un'efficace attività di rilancio. Gli investimenti a supporto, in questo senso, sono stati consistenti e orientati tanto all'implementazione dell'awareness quanto alla definizione di politiche commerciali più lungimiranti e competitive.

Il restyling completo dell'identità visiva e il ridisegno delle collezioni, pensate **sia per l'uso quotidiano che per look più fashion** e per occasioni speciali, hanno portato a introdurre attività innovative di comunicazione:

grazie a questi interventi e all'ormai collaudata formula del **franchising**, Bimbus si è radicato in maniera sempre più capillare sul territorio ed è diventato uno dei brand maggiormente apprezzati da mamme e bambini per **stile, vestibilità e rapporto qualità-prezzo**.





Un mondo di colore e fantasia

Bimbus è **allegria, vivacità, divertimento**.
Un universo **coloratissimo** che conquista tutti grazie alla qualità
dell'offerta e alla distintività delle proposte moda.

Le collezioni sono ritagliate sulle esigenze di bambini e ragazzi (0-14 anni) sempre in movimento e di mamme che cercano uno **stile moderno**
ma al tempo stesso pratico, versatile e facilmente abbinabile.

I capi Bimbus si distinguono quindi per originalità e sono ideali per
essere indossati nelle situazioni più disparate: **a casa, a scuola, al
parco** con gli amici e anche nelle **occasioni speciali**.

Ogni tema ha una personalità tutta sua e permette una
scelta veramente ampia in termini di modelli, colori,
stampe e decorazioni.

I numeri di Bimbus

- **100** punti vendita
monomarca
- **200** punti vendita
multimarca

Bimbus in primo piano

Fin dalla sua acquisizione nel 2003, il gruppo Preca Brummel ha investito una quantità notevole di risorse nel consolidamento della brand awareness Bimbus e nel suo sviluppo con iniziative di comunicazione specifiche e mirate.

Il risultato è un **mix di attività** legate sia ai **media tradizionali** sia a nuove forme di visibilità pianificate principalmente in ambito **web&digital**. Una strategia che si è rivelata vincente e che ha consentito a Bimbus di ottenere un elevato valore aggiunto in termini di distintività.

Infatti viene fatta una pianificazione su base annuale sulle principali **riviste di settore** e su quelle generaliste, con spazi dedicati tanto alle campagne istituzionali quanto alle singole iniziative promozionali o agli eventi.

L'identità visiva è data dal **nuovo concept di arredo** e dal materiale di comunicazione presente sul punto vendita.

La clientela finale è raggiunta da attività fortemente innovative, pianificate in maniera sinergica su tutti i canali digitali, con un aggiornamento continuo del sito web, l'invio di **newsletter** periodiche e **dem promozionali** specifiche, **pagina Facebook** e **sms**.

Le inaugurazioni dei nuovi punti vendita, le sfilate per presentare le collezioni e molte altre **iniziativa** creano interesse intorno ai punti vendita locali.

Una costante attività di informazione nei confronti di distributori e rivenditori supporta la corretta diffusione dei valori del brand e la valorizzazione di un'efficace politica di team working.



La politica del franchising

Oltre alla qualità delle collezioni e al valore intrinseco dei capi, il successo del marchio è dovuto anche alle lungimiranti politiche commerciali dell'azienda che ha sempre privilegiato **un'espansione nazionale** con la collaudata formula del **franchising**. Questa scelta ha reso possibile una crescita costante del numero di punti vendita di nuova apertura e una presenza sempre più capillare sul territorio.

Il percorso di affiliazione Bimbus è il frutto di un'esperienza ventennale e di procedure meticolosamente sperimentate che consentono al franchisee di dedicarsi esclusivamente all'attività di vendita. L'assistenza da parte del team Preca Brummel, infatti, è completa e riguarda ogni fase del **progetto**. Dall'analisi dei bacini di utenza e studio di fattibilità, al supporto tecnico per la progettazione, la produzione e il montaggio degli arredi, fino all'assistenza per tutti gli adempimenti, alla fornitura di hardware e software dedicati.

Al franchisee vengono forniti tutti gli strumenti e i materiali necessari a garantire una comunicazione coerente ed efficace del brand: dal **"Visual Merchandising Book"**, il manuale operativo franchising di Preca Brummel, al materiale P.O.P. per gli allestimenti del punto vendita e delle vetrine.

Inoltre i **corsi di formazione** continua valorizzano le capacità imprenditoriali e migliorano l'attività di vendita.

Esperti merchandiser indirizzano i buyer sulla gamma di capi e accessori adatta ad ogni punto vendita.

Il risultato è un format di sicuro successo, flessibile e funzionale, che mette a proprio agio sia le mamme sia i bambini grazie allo **stile giocoso, divertente e coloratissimo**.





mekjunior.com



Ieri come oggi, una storia di *successo*

Nato nel **1974**, Mek è uno dei marchi storici del gruppo Preca Brummel, caratterizzato da uno stile inconfondibile e un elevato appeal presso i consumatori. La sua decisa personalità permette a Mek di posizionarsi in un settore di primo piano nel competitivo mercato Children's Wear.

Il brand si rivolge ai bambini-ragazzi dai **2 ai 16 anni** con un'attenzione particolare ai **pre-teen** dall'animo positivo, spigliato e intraprendente, evoluti dal punto di vista stilistico, amanti delle nuove tecnologie e sempre pronti a vivere nuove avventure con gli amici.



I numeri di *Mek:* Modern *Easy* Kids

- **Corner** nelle più importanti realtà distributive
- **500** punti vendita **multi-marca** nel mondo

Mek è un brand **moderno** e grintoso, pensato apposta per personalità effervescenti e sempre in movimento, aggiornate sui trend e lifestyle del momento.

Le proposte Mek, di ispirazione street-wear in chiave fashion o sportiva, si addicono ai ragazzi **easy: kids** vivaci, indipendenti e fantasiosi che vogliono vivere la vita da protagonisti e amano esprimere il proprio modo di essere ogni giorno con stile. Per loro una linea di abbigliamento casual, eclettica e trendy che rispecchia in una veste nuova e originale, la qualità, la creatività e l'ironia **italiana**.







Kids Collection



www.kids.fiat500.com

FIAT 500 feat. Preca Brummel

Due storie dal passato diverso, percorso con uguali motivazioni:
passione, italianità, innovazione.

Vivace, colorato, moderno, originale. Questo è il look dei capi firmati FIAT.

In linea con lo spirito della 500, Preca Brummel S.p.a. parte in quarta lanciando la nuova collezione PE2013, per **giovani dai 4 ai 16 anni**, dedicata all'intramontabile auto, piccola di dimensioni ma grande simbolo di design e di innovazione.

Giubbotti, felpe, maglie a maniche lunghe e T-shirt con stampe raffiguranti la mitica 500 in maniera creativa ed originale.

Fiat 500 Kids Collection
tessuti di alta qualità, per una macchina di alto design.



Communication

Web Chat

Eventi Website

Social Condivisione

Un **brand giovane**, creato per i giovani, significa anche web e digital communication. Alle numerose attività di comunicazione offline si affiancano non solo quelle di promozione online, ma anche quelle nate spontaneamente dalla condivisione da parte degli stessi consumatori (ragazzi, bambini, genitori) sugli ormai affermati **Social Network**.

Un sito dedicato per essere sempre informati sulle iniziative, novità ed opportunità esclusive firmate 500 Kids Collection, un servizio di newsletter per comunicare gli eventi e condividere le esperienze.



500 Kids Collection è anche attenzione per il Sociale.
Con l'appoggio della associazione benefica "Fondazione Francesca Rava N.P.H.", 500 Kids Collection lancia il progetto "**Give Me 5!**" il cui ricavato verrà interamente devoluto alla Onlus NPH per aiutare i bambini delle Scuole di **Haiti**.



Sommario



Preca Brummel	pag. 2
Brums	pag. 24
Jbe Teen Collection	pag. 36
Bimbus	pag. 44
Mek	pag. 54
Fiat 500 Kids Collection	pag. 62

Preca Brummel S.p.A.

Phone +39.0331.988202 - Fax 0331.988295

Via Galliano 21, 21040 Carnago (VA)

