

Moleskine e Bric's presentano in *co-branding* una *capsule collection* di oggetti per il viaggio e la mobilità urbana

Milano, 22 Aprile 2016 –Moleskine, la società che crea strumenti per lo sviluppo della creatività e l'espressione dell'identità personale, e Bric's, storica azienda italiana, leader nel settore della valigeria e degli accessori, presentano una capsule collection di oggetti che coniugano i valori culturali di Moleskine con l'eccellenza artigianale di prodotti per il viaggio di Bric's.

Le due società condividono valori contigui e una stessa volontà di servire al meglio la mobilità di un pubblico di giovani professionisti creativi, di nomadi contemporanei cittadini del mondo e costantemente connessi. Grazie a questa collaborazione, mettono a fattor comune anche i loro punti di forza. Moleskine porta i valori della cultura, della creatività e dell'identità personale e Bric's la propria esperienza nel creare collezioni eleganti e funzionali, affidabili e innovative.

La collezione Moleskine by Bric's sarà presentata nella primavera 2016 e sarà distribuita da Bric's nei suoi negozi, e nella sua rete distributiva e da Moleskine nei suoi canali diretti.

“La collaborazione con Bric's rappresenta un ulteriore importante passo nel processo di estensione graduale del nostro brand a categorie di prodotti dove la vocazione al viaggio e alla mobilità di Moleskine può esprimersi in nuove proposte rilevanti per il nostro pubblico”, ha commentato Arrigo Berni, Amministratore Delegato di Moleskine S.p.A. “Da sempre il viaggio, con il suo corredo di immaginario culturale, ha fatto parte del DNA del marchio Moleskine. Proponendosi come piattaforme per la creatività e la libera espressione personale, i prodotti Moleskine rappresentano un compagno ideale per quel segmento di pubblico - globale e in crescita - che attribuisce un'importanza sempre maggiore al valore espressivo ed evocativo di ciò che sceglie anche quando viaggia”, ha aggiunto Berni. “Siamo, quindi, orgogliosi di essere partner di un'eccellenza italiana nel mondo della valigeria come Bric's”, ha concluso Arrigo Berni.

“Moleskine by Bric's sarà molto di più di una nuova collezione di oggetti. Sarà l'espressione di una complementarità di competenze”, ha sottolineato Attilio Briccola, Amministratore Delegato di Bric's. “Bric's in 64 anni di storia si è arricchita di know how produttivo e in questa operazione di co-branding abbiamo elaborato un concept tecnico funzionale che si integra con le esigenze sia stilistiche e che comportamentali del consumatore Moleskine. Attraverso la condivisione di canali distributivi, Bric's e Moleskine potranno creare sinergie ampliando la loro presenza sui mercati internazionali attraverso una piattaforma solida e accuratamente selezionata”.

Contatti

Analisti e Investitori

Olga Bologna

Investor Relations and Corporate Development

+39 0200680622

olga.bologna@moleskine.com

Media

Elisa Piacentino

Icorporate

+39 02 4678754

elisa.piacentino@icorporate.it

MOLESKINE

Moleskine nasce come marca nella metà degli anni novanta dall'esperienza di un piccolo editore milanese (Modo&Modo) che riportò in vita il leggendario taccuino degli artisti e intellettuali degli ultimi due secoli riavviando la produzione nel 1995 e registrando il marchio Moleskine nel 1997.

Sin dall'inizio Modo&Modo concepì il taccuino Moleskine in maniera innovativa – non come un semplice taccuino ma come uno strumento a supporto della creatività personale, creando così una marca dal forte contenuto aspirazionale e un nuovo segmento di mercato. Moleskine, un *brand* con una storia unica e fortemente evocativa di valori culturali, andava ad incontrare i bisogni della classe creativa emergente e così la sua conoscenza si diffuse rapidamente.

Oggi, il nome Moleskine identifica una famiglia di oggetti nomadi: taccuini, agende, quaderni, borse, strumenti per la scrittura e la lettura dedicati alla personalità mobile. Compagni indispensabili delle professioni creative e dell'immaginario del nostro tempo, in stretta connessione con il mondo digitale.

Nell'ottobre 2006, Modo&Modo è stata acquistata da SGCapital Europe, ora Syntegra Capital e dal 1° gennaio 2007, Moleskine è diventato anche il nome dell'azienda. Il management team attualmente guidato dall'Amministratore Delegato Arrigo Berni ha perseguito negli anni una strategia di crescita incentrata sull'estensione e rafforzamento dell'assetto distributivo, sull'ampliamento dell'offerta di prodotti e servizi e sull'incremento della visibilità e *awareness* della marca.

Moleskine è un'azienda creativa in continua crescita. Conta oltre 250 dipendenti e una vasta rete di partner e collaboratori. La sua sede principale è in Italia a Milano. Dall'aprile 2013 Moleskine è quotata alla Borsa di Milano.