

HARMONT&BLAINE: il bassotto, tra solidarietà e digitale

Milano, 29 aprile 2020 – ‘Durante l’emergenza sanitaria ed economica più grande della storia moderna, serve cambiare punto di vista, pensare più in grande paradossalmente, non solo a noi stessi ma a come aiutare la società, prima ancora che il proprio business, perché le due cose sono intrinsecamente correlate e sempre più lo saranno in futuro.’ Paolo Montefusco, Ceo Harmont&Blaine

E’ questo l’approccio che sta guidando tutte le azioni del brand del bassotto in questo momento, indaffarato più che mai nell’evolvere e nel far suo il cambiamento radicale che stiamo vivendo.

In questa direzione, Mercoledì 29 Aprile partirà la prima campagna charity: #Unbassottoperlaricerca. Il progetto nasce con la volontà di supportare chi sta lavorando per trovare una cura al Covid-19; sul sito del brand – www.harmontblaine.com – saranno messi in vendita 4 differenti bassotti di peluche, prodotto iconico e molto amato, il cui ricavato sarà interamente devoluto a favore dell’Istituto Nazionale per le Malattie Infettive Lazzaro Spallanzani, primo ad aver isolato il virus in Italia, punto di riferimento e di eccellenza italiana.

“Il sostegno concreto, il desiderio di vicinanza e di solidarietà unitamente alla voglia di sentirsi utili nel profondo, sono i valori con cui è stata portata avanti questa bellissima iniziativa e che, in quanto Direttore dell’Istituto di Ricerca e Cura a Carattere Scientifico Lazzaro Spallanzani, condivido nella totalità insieme a tutto il mio Staff.”
Dichiara il Direttore Generale, Marta Branca.

Questo progetto farà da apri pista ad un impegno e una responsabilità sociale oltre che economica che l’azienda sente come fondamentale.

Sul fronte del business invece, sicuramente è l’aspetto digitale e di revisione dell’esperienza da offrire alle persone di tutto il mondo, l’ambito su cui l’azienda sta lavorando di più.

‘Nell’ultimo mese le vendite online sono cresciute di oltre il 150% rispetto allo stesso periodo dell’anno precedente – prosegue Paolo Montefusco – di cui oltre il 60% in Italia con il 53% di nuovi utenti, segnale che stiamo vivendo un cambio culturale e di mindset senza precedenti per il nostro paese. Questo ci ha spinti, assieme al nostro partner digitale – Giglio Group – a sviluppare in tempi record un sito parallelo che gestisca tutti gli invenduti causa lock down dei punti vendita, così come lo sviluppo di una soluzione digitale che consenta nei prossimi mesi uno shopping virtuale che dia ai punti vendita degli strumenti nuovi per dialogare ed entrare in contatto con i proprio clienti in modo diretto e personale.’

“Lo scenario mondiale è completamente cambiato anche nel comportamento e la modalità di acquisto. Il digitale dall’inizio dell’emergenza sanitaria è stato l’unico canale di vendita che ha garantito non solo un fatturato, ma un fatturato a crescita importante per il comparto fashion. Assumerà sempre di più importanza l’utilizzo di soluzioni innovative, capaci di collegare l’online con i punti vendita fisici e valorizzando i prodotti presenti nei singoli store. Harmont&Blaine ha subito intuito il cambio di scenario e ha seguito con noi le strategie sviluppate e siamo convinti che questa sia la strada vincente”. Alessandro Santamaria, Managing Director Giglio Group.

Nel guardare avanti, l’azienda sta adottando soluzioni nuove anche a livello di supporto alla campagna vendita della SS 21, con un vero e proprio showroom digitale che aiuti a raccontare la collezione sia da un punto di vista emozionale che di contenuti tecnici e che sia fruibile da ogni parte del mondo.

“Il bassotto è un animale tenace, che non si ferma, ma per il futuro, al di là di tutto quello che è doveroso portare avanti come brand, sarà necessario e fondamentale fare squadra, non solo al nostro interno ma anche tra aziende del settore, con il paese e con l’Europa.’ Conclude Paolo Montefusco, Ceo Harmont&Blaine.



Informazioni su Harmont & Blaine SpA

Harmont & Blaine è l'azienda italiana, contraddistinta dal noto marchio del Bassotto, che produce e distribuisce abbigliamento smart upper-casual di fascia alta destinata al segmento premium del mercato.

Con un fatturato 2018 di 93 milioni di euro, oltre 600 dipendenti diretti e più di 1.000 di indotto, Harmont & Blaine S.p.A. ha la sua sede principale in provincia di Napoli. Il marchio è fortemente riconosciuto in Italia e all'estero per la sua capacità di interpretare il Mediterranean lifestyle, con collezioni caratterizzate dall'elevata qualità e dalla costante ricerca di colori, forme e nuovi materiali che rispondano alle richieste di un consumatore internazionale sempre più attento ed esigente. Harmont & Blaine conta oltre 140 punti vendita monomarca e shop-in-shop in Italia e nel mondo, tra cui Milano, Napoli, Capri, Portofino, Parigi, Cannes, Dubai, Doha, Miami, Mexico City, Panama, Santo Domingo, Cartagena e Hong Kong, Shanghai.

A ottobre 2014 l'Azienda ha aperto il capitale sociale al fondo di investimento Clessidra.

Please visit us at www.harmontblaine.com

Informazioni su Istituto Spallanzani

L'Ospedale "Lazzaro Spallanzani" fu inaugurato nel 1936 come presidio destinato alla prevenzione, diagnosi e cura delle malattie infettive, con una dotazione di 296 posti letto in 15 differenti padiglioni e in un'area di 134.000 metri quadrati.

Nel corso degli anni il suo campo di interesse si è via via trasformato in conseguenza dell'evolversi delle malattie infettive prevalenti. Una sezione dedicata alla cura e riabilitazione della poliomielite fu attivata nel corso degli anni '30.

Nel 1991, inizia la costruzione di un nuovo complesso ospedaliero, progettato in conformità ai più avanzati standard e con caratteristiche di isolamento delle patologie contagiose uniche nel Paese. I benefici derivanti da questa innovazione sono consistiti, oltre che nell'aumento del livello di sicurezza dei lavoratori, nella garanzia di un'atmosfera confortevole per i pazienti. Nel dicembre 1996, il Ministero della Sanità ha riconosciuto lo Spallanzani Istituto di Ricovero e Cura a Carattere Scientifico.

Successivamente (2001-2003) il Ministero della salute ha identificato lo Spallanzani quale polo nazionale di riferimento per il bioterrorismo, e polo nazionale di riferimento per la Sindrome respiratoria acuta grave (SARS).

L'Istituto si configura attualmente in 4 Dipartimenti (clinico e di ricerca clinica, diagnostico dei servizi e di ricerca clinica, di epidemiologia e di ricerca pre-clinica, interaziendale trapianti) a loro volta articolati in Unità Operative Complesse (U.O.C), Unità Operative Semplici (U.O.S.) ed Unità Operative Semplici Dipartimentali (U.O.S.D.).

L'istituto è oggi caposaldo nel panorama italiano per la ricerca del vaccino, oltre che per il suo alto valore e simbolo di eccellenza italiana.

Visit at: www.inmi.it

Informazioni su Giglio Group

Fondata da Alessandro Giglio nel 2003 e quotata in Borsa sul segmento STAR dal 2018, Giglio Group è leader in Italia nella progettazione, realizzazione e gestione di piattaforme di e-commerce ad alto valore aggiunto per i mondi Fashion, Design, Lifestyle e, più recentemente, Food.

Ha sede a Milano e filiali a New York, Shanghai, Hong Kong, Roma, Lugano e Genova.

Grazie alla sua notevole esperienza specifica, Giglio Group accompagna le aziende clienti nella distribuzione dei propri prodotti online attraverso una piattaforma unica nel suo genere, partendo dall'implementazione di e-store monomarca realizzati e gestiti a 360°. Inoltre, integra l'attività con il placement dedicato sui principali marketplace del mondo garantendo la gestione online sia delle nuove collezioni che dello stock di rimanenze. L'unicità di un servizio online "a filiera completa" assicura così un sell through pari al 100%.

Visit at: www.giglio.org