

Vitale, surreale e poliforme, Fornarina si spinge con originalità ed audacia al di là di regole e visioni precostituite, proponendo un'immagine femminile trasversale, libera e riconoscibile, che coglie da stili e tendenze, la chiave ironica e contemporanea.

Sin dal 1947, anno in cui nasce, Fornarina mostra una forte propensione alla ricerca stilistica ed all'innovazione del prodotto.

Esordisce nel mercato calzaturiero con delle proposte moda originali e colorate, che conquistano in breve tempo l'attenzione delle giovani fashion victim. Nei primi anni '90 Lino Fornari passa alla guida del Gruppo e definisce la nuova strategia di sviluppo consumer marketing oriented, concentrata prevalentemente nella internazionalizzazione e differenziazione del prodotto.

Primo fiore all'occhiello è Up!, sneaker best seller, che rivoluziona il concetto di calzature sportive femminili di cui Chrome è la nuova interpretazione. In poco tempo il panel dei prodotti si allarga, rispondendo alle varie situazioni d'uso ed ai differenti mercati distributivi.

Il know-how maturato nello stile e nella creatività, portano al varco di un nuovo confine, che si concretizza nel 1998 con il lancio della prima collezione abbigliamento Fornarina.

Nasce così il denim Fornarina, in breve tempo, capo ed icona della contemporaneità del marchio. L'accurato studio dei trattamenti, delle lavorazioni e del fitting contribuiscono a dare al denim una vestizione fortemente caratterizzante ed identificativa, oggi esemplare nello streetwear internazionale.



Parola d'ordine: contaminazione

Negli ultimi quindici anni l'attività di comunicazione e marketing del brand è mirata ad eliminare tutti i gap fra marca e consumer, generando così dialogo costante che si è spesso trasformato in una vera e propria osmosi creativa.

L'attitudine per la sperimentazione ha trovato spazio, nel laboratorio Fornarina Art Lab, area di ricerca aperta a giovani artisti emergenti, dove la moda incontra l'arte continuando un naturale dialogo creativo.

Ultima sfida e conquista dell' Art Lab è il FORNARINA URBAN BEAUTY SHOW. Evento multisensoriale dal forte impatto visivo, URBAN BEAUTY SHOW è la perfetta rappresentazione dell'immaginario Fornarina fatto di femminilità, sperimentazione e ironia. Un format dedicato alle ultime generazioni, proposta originale che scuote il classico catwalk raccontato già da oltre mezzo secolo di storia. Moda, arte e musica si incontrano in un mix inedito e originale di linguaggi artistici generando un percorso di installazioni, all'interno del quale lo spettatore, guidato da luci e suoni, viene coinvolto e incantato. Ancora una volta le barriere tra marchio e consumatore cadono: l'evento, il cui clou è la messa in scena del prodotto attraverso i linguaggi stilistici delle installazioni, è aperto al pubblico e l'invito si può ritirare in uno qualsiasi dei negozi monomarca.

Il coinvolgimento dei consumatori alle tappe dell'URBAN BEAUTY SHOW - presentato a Barcellona nel luglio 2006 e da allora in tour per l'Europa - è andato oltre la loro presenza all'evento: il giorno successivo su YouTube circolavano video realizzati in prima persona da alcuni dei partecipanti.

Un altro riferimento importante per i consumatori - i dati statistici lo confermano, rilevando una media di 3500 visite e 2000 visitatori unici al giorno - è il sito www.fornarina.com.

Oltre ad essere una vetrina importante è stato il terreno prediletto per interagire con il consumatore al di fuori di un contesto puramente commerciale.

Il punto di partenza è stata la creazione di una community Fornarina, volta a costruire una rete intrecciata di rapporti e uno scambio continuo di valori condivisi.

Nel corso del tempo sono state realizzate diverse attività: votare l'outfit più cool, partecipare al concorso "disegna la tua t-shirt Fornarina", realizzare un video Fornarina e partecipare alla votazione dei video creati da altri utenti. Gli utenti registrati alla community hanno un proprio spazio web "My favourites" all'interno del sito dove possono gestire i capi Fornarina che preferiscono.

Right from the street(wear)

Anticipando con ampio margine, le strategie volte a dirigere il mercato verso lo streetwear, definito in seguito, il lusso delle nuove generazioni, Fornarina è stata sin dai suoi esordi legata a questa realtà ed orgogliosa di farne parte.

La strada è infatti intesa come luogo in cui nascono segnali, umori, mode e contraddizioni, prima linea dell'umanità da cui cogliere ed interpretare un linguaggio diretto e fruibile.

In questo senso i negozi monomarca Fornarina, rappresentano punti di congiunzione e raccordo, ma anche portali di comunicazione con la realtà da cui Fornarina si è sempre volutamente fatta contaminare.

Il concept progettuale dei negozi, sviluppa degli spazi surreali ad alto contenuto di design, ideali per esaltare la continua evoluzione del brand, fortemente voluta dall'inarrestabile spirito imprenditoriale di Lino Fornari e dalla creatività del suo team.

Numerosi sono i riconoscimenti raccolti da parte dei più importanti istituti d'architettura, non soltanto per la progettualità dei flagship ma per come la stessa sia veicolata al fine di stimolare la percezione del visitatore, in un suggestivo viaggio nel chimerico microsmo Fornarina.

