

# FIGRELLA RUBINO

Comunicato stampa

## **Fiorella Rubino rafforza la sua Community sui social e lancia il progetto “Armocromia”**

*La community di Fiorella Rubino cresce e si arricchisce di nuovi contenuti social per il coinvolgimento del proprio pubblico.*

*Con il progetto Armocromia il brand offre un servizio personalizzato ed esclusivo dedicato alle donne che amano vivere lo stile in maniera unica e valorizzare appieno il proprio corpo.*

Alba, 28 ottobre 2022 – Con l’obiettivo di coinvolgere sempre più le proprie clienti e creare un legame più intimo e duraturo, **Fiorella Rubino** – brand del **Gruppo Miroglio** punto di riferimento per le donne curvy – sta portando avanti con successo il progetto della propria **Community**, il gruppo Facebook **“Le amiche di Fiorella”**. Aperto ad agosto 2022 e nato dalla co-creazione tra il brand e 109 clienti ambassador, il gruppo sul social ha raggiunto in modo spontaneo 3.000 partecipanti in soli tre mesi.

Quella che segue e che sceglie il brand è una **community appassionata**, a cui il marchio dedica contenuti speciali: una grande famiglia in cui si crea continuamente sintonia e dialogo, che è un aspetto fondamentale anche per realizzare prodotti pienamente rispondenti alle necessità e ai desideri delle clienti. Per crescere da questo punto di vista il brand si è spinto oltre con il **progetto “Armocromia”** in collaborazione con Italian Image Institute, il primo e più importante istituto in Italia esclusivamente dedicato alla consulenza d’immagine. Insieme alla founder **Rossella Migliaccio** (esperta di immagine e autrice del best seller “Armocromia”, Vallardi 2019), Fiorella Rubino ha ideato **un progetto innovativo e costruito sulle esigenze delle proprie clienti, fornendo loro la possibilità di approfondire lo stile e i colori che più le valorizzano.**

Grazie a un team di personal shopper e alle consulenti d’immagine dell’Italian Image Institute, il brand propone alle clienti **una serie di workshop dedicati all’armocromia**. Inoltre prevede un percorso di **training** anche per la **rete vendita** affinché sia aggiornata e pronta a fornire consigli di stile sempre più dettagliati. I colori indossati, infatti, svolgono un ruolo importante nella valorizzazione della propria persona, per cui il progetto si pone come nuova iniziativa concreta nell’ottica di avere come obiettivo finale la centralità della cliente.

L’**approccio omnicanale di Fiorella Rubino** si arricchisce così di nuovi contenuti smart, in linea con quanto pubblicato all’interno della Community, che partecipa attivamente postando foto spontanee e creando un dialogo sempre positivo e stimolante.

**Maurizio Leprotti, Brand Director di Fiorella Rubino** ha così commentato: *“In pochi mesi dall’apertura del canale abbiamo ottenuto ottimi risultati organici a vari livelli, sia qualitativi sia quantitativi, di cui siamo molto soddisfatti. Grazie ad essi possiamo monitorare e identificare le esigenze delle nostre clienti e trasferirle al nostro Ufficio Stile. Anche la richiesta di attivare iniziative legate all’armocromia è nata proprio dalla nostra community e abbiamo voluto tradurla in un progetto concreto.”*

L’**evento di lancio del progetto “Armocromia”** si è tenuto il **26 ottobre** presso lo **store di Sesto San Giovanni in diretta Instagram** con **Rossella Migliaccio** e la **brand ambassador di Fiorella Rubino, Ilaria Bortolamasi**. Seguiranno gli eventi negli store di Torino, Verona Adigeo, Roma Eur e Molfetta che coinvolgeranno in totale 120 clienti con l’obiettivo di far incontrare fisicamente le partecipanti della community regalando loro un’experience di armocromia da vivere divertendosi secondo lo spirito **#Livefree**.

## **Fiorella Rubino**

Fiorella Rubino, nato in Italia nel 2004 è un brand fast fashion italiano specializzato nella creazione di capi per donne curvy. Con 153 punti vendita monomarca e un ricco catalogo di collezioni caratterizzate da uno *stile casual update*, il brand ispira le sue donne attraverso il concetto di #LiveFree: la libertà di essere se stesse ed esprimere la propria personalità attraverso il proprio stile. Questo si traduce in un'ampia possibilità di scelta per tutte le occasioni d'uso e nel desiderio di accompagnare le clienti in un percorso che le faccia sentire accolte e perfette così come sono. Grazie all'evoluzione delle tecnologie digitali, Fiorella Rubino ha saputo portare in primo piano le persone: sperimentando modi nuovi di dialogare con la propria community, segue e valorizza le clienti in ogni momento cercando di essere sempre un passo avanti alle loro aspettative. Fiorella Rubino è uno dei brand di Miroglio Fashion, la società del Gruppo Miroglio che cura il design, la produzione e la distribuzione a livello internazionale di 9 marchi di abbigliamento: oltre a Fiorella Rubino, anche Motivi, Elena Mirò, Oltre, Luisa Viola, Diana Gallesi, Ipekyol, Twist e Machka.

## **Contatti:**

### **Miroglio Group - Press Office**

Marialuisa Cocito  
tel. +39 0173 299147  
cell. +39 347 8880080  
press@miroglio.com

### **Close to Media**

Giulia Ferrario, Cecilia Isella, Elisa Gioia  
tel. +39 02 70006237  
cell. +39 334 6267334 - +39 348 0990515 - +39 349 2332555  
miroglio@closetomedia.it