

Diesels mijlpaal in de nieuwe strategie

08-11-2016 12:24



Na New York brengt Diesel zijn 'nieuwe retailstrategie' nu ook naar Europa. Londen heeft de eer er als eerste mee kennis te maken, in de vorm van een flagshipstore aan Brompton Road in de wijk Knightsbridge.





Het storedesign komt voort uit een samenwerking tussen het Japanse architectenbureau Wonderwall en Diesels eigen artistic director Nicola Formichetti. Het Italiaanse kledingmerk heeft de afgelopen jaren naar eigen zeggen een grondige rebranding op poten gezet. Centraal daarbij staat het idee van een huiselijke omgeving, gecombineerd met het leven van de hedendaagse shopper. Dat wordt vormgegeven met onder meer Perzische tapijten, een diverse combinatie van meubels en een denimafdeling geïnspireerd door een wijnkelder.







De winkel telt 230 vierkante meter, verspreid over twee verdiepingen. Naast de belangrijkste items uit de mannen- en vrouwencollectie, is er ook een exclusieve lijn voor deze flagshipstore gelanceerd. Daarnaast zijn er verschillende nieuwe technische snufjes, zoals een virtual reality thrill ride en meerdere HD-schermen.





Diesel ziet het nieuwe winkelconcept als een mijlpaal in de nieuwe strategie. Het concept moet wereldwijd worden uitgerold.

