

Marco De Vincenzo



Target Market Segment

- A 23 year old caucasian girl
- Attends the private IVY league Colombia for her masters
- She doesn't work a typical job because she was born in a wealthy family
- She is also into visiting Paris for fashion week and attending fashion shows in NYC during her free time.
- She is a social media influencer and she gets allowance from her dad weekly
- She makes about 100k or more a year
- Based on her allowance and brand deals



Unique selling proposition

- Creative pictures on the social medias and website
- Once you get on the website you're going to see a alert that will pop up that states the website that you're seeing is for your country.
- Basically different countries see different products and items on the website
- Also once going on the website you'll see the statement the "Everyday Playground"

Il mio amico geniale

Messina, Ami Novaseta: lui vorrebbe fare lo stilista, lei la scrittrice. Com'è andata lo sapete. Infatti nessuno più di questa autrice madotta ovunque potrebbe raccontare la storia del suo compagno di banco, Marco De Vincenzo



Stilista. Come into, una staffetta colorata in metallo, simboli del passaggio di consegna creativo fra la famiglia Elio e Marco De Vincenzo (sorella, affiancata dalle modelle nel backstage). La sfilata che si è tenuta lo scorso settembre in un'arena industriale sulla periferia di Milano ha raccolto tutto il potere del gruppo Luma. La società è privata equity e Cartier ha acquistato nel luglio 2021 il 60 per cento dell'azienda fondata nel 1968 da Gemmo Elio



Quando nasce il gruppo oggi è diverso da quello di oggi. Elio, che non era un stilista, era un artigiano che creava i gioielli. Elio e Marco De Vincenzo sono fratelli. Elio è il fratello maggiore, Marco è il fratello minore. Elio è un artigiano che creava i gioielli. Elio e Marco De Vincenzo sono fratelli. Elio è il fratello maggiore, Marco è il fratello minore. Elio è un artigiano che creava i gioielli.



che non sentivano più niente, ma la speranza era il brutto, ma il produttore, che rimandava fra i banchi, si era fermato proprio allora: quella era una svolta, era l'accorpamento della sua presenza. Erano passati ventisei anni, poi il silenzio si era fatto assordante ed erano nati in un'aula: maccheronici, sberleffiati. Il produttore aveva fatto i vespuglietti a Marco per la vorticosità del rifratto, dicendo che era aveva preso la penna, facendo quegli occhi da finta scema che era la sua lingua saliera in trattamenti solo scemi.

Torno al presente, cerco gli occhi da finta scema guardandomi in giro, ma le modelle hanno frangiate calate sulle palpebre e i capelli che coprono il viso fino alla bocca, che spuntano sennò da vari accenti. Nessuno è famoso, dice Marco, non è più quel tempo. Sappiano entrambi cosa intendono, gli anni Novanta, lo era passato a ritrattare le foto di Linda Crudo Helena dalle copertine, e soprattutto il furore quando di Maurizio Schiffrè, semplicemente Claudia, manda trasognato una lettera alla provincia per augurare? Qualche performance è due adolescenti imperfetti? Elio e il passo svelto verso la piazza del centro, con addosso venti proveni e ripercorri allo specchio e cogliati alle spalle da cui prendevano appunti dai sopraccigli, e poi il modello grigio. Marco guarda le modelle, le aggiunge, si affrettano.

Quando nasce il gruppo oggi è diverso da quello di oggi. Elio, che non era un stilista, era un artigiano che creava i gioielli. Elio e Marco De Vincenzo sono fratelli. Elio è il fratello maggiore, Marco è il fratello minore. Elio è un artigiano che creava i gioielli.

IN NOSTRA MEMORIA

Questa è la storia di due ragazzi di Messina che hanno fatto il dinasso e il liceo. È la storia di un'amicizia che come tutte le amicizie nasce sui banchi, e irrimediabile per alcuni anni, quelli in cui il tuo migliore amico è tutto. Fratello confidente genitore figlio - e se devi litigare con qualcuno litighi con lui, se devi dire qualcosa di sgradevole lo dici a lui, se devi scrivermi una missiva è a lui che chiedi conferma, quando tutto va storto è con lui che piangi o con lui che ti conforti. In questa storia ho raccontato tutte le grandi storie d'amicizia in realtà una storia d'amicizia. Il futuro è da subito, dal primo istante perché il carattere che i due ragazzi vogliono fare da grandi non è qualcosa di lontano e sfugge dai loro quotidiani anni, ma un carattere vivo, saldamente incollato al tavolo di ogni discussione ma soprattutto ben nascosto nei loro destini. Il futuro mi incrociava troppo perché mi parassiti alle spalle», scrive in un saggio Paolo Patti Smith in Just Kids, un libro che ha fatto intorno ai trent'anni e ha sottolineato parlando questo di Marco. Ogni storia di amici è d'amicizia nella giovinezza e, per me, la nostra storia quella di cui ha condotto il sogno in grandissimo stile, come consiste nella mia mania siciliana, e ha spaccato in due l'essenziale dell'illuminato, un esercizio altrettanto scilliano, come la paura della malattia, che non esisteva, della rimozione di sé. Questo è il momento della storia, il parallelo, quella che conosci nei primi anni Novanta e conosci fino a oggi. Poi c'è la storia del debutto di Marco come direttore creativo di Elio, uno dei passaggi più importanti della sua vita. Marco non è uno che si lascia andare dai cambiamenti, medita, pensa, rimanda e poi decide: se resta ferma, e posta il cambiamento dentro la stessa vita di prima. Ma se decide di andare, allora va, e se lo immagino accettato, la sfida come la prima volta che è salito sulla nave traballante che si chiama Caraceni e, salvando, si è lasciato la nostra Messina alle spalle per andare ovunque. Il suo approdo oggi è il paese prima della sfilata più importante.

Quando arrivo nell'atelier di via Spartaco, cerco di avere la delicatezza che è comune a chi mette il naso dentro le quinte di un evento decisivo, ma poi non resisto e gli chiedo a bruciapelle: come è? Marco sorride e dice: stranamente tranquillo. Davo, credetemi, è vero. Ha una quietezza prima di ritorni. Il sorriso con cui risponde in inglese alla giornalista che lo cerca vestiti e gli domande specifiche non è forzato, ma felice, immedesimabile soddisfatto. Questo non lo vestito da qualcun altro e forse qualche altro vestito da me, ma dice subito la collezione. E pare Vincenzo e insieme piano, con una cognomina astrale bellissima. L'incontro tra due pianisti che si specchiano, ma una forma formata ai tarocchi in tutte le carte si cambiano in una storia che non

ma per fortuna in ogni momento crea una modalità di essere in fatto questa rivista con la metà destra, e poco dopo Marco ne aggiorna un'altra su una borsa: così è possibile che sia caduta, la lamenta, un po' allentata, come un piccolo naufragio, un nodo della cresta appesa che sembra la superficie cristallina e patta della Sirena. Avevo fatto mille sfilate antiche, come aver fatto nella traversata. Allora mi fa il caso bene, questa creatura delle fiabe che Marco, il mio amico ovunque, ha immaginato per Elio e Elio

che non è il mio, ma la qualche modo è sono il suo, di mondo, e quella mi fa sentire a casa, scotto il cui è solo tutta l'acqua naturale che mi viene offerta, e un po' di un'incubo ben strano, con la mia città ora giornalista e non sono dominato. Non sono più un mirador, sono qui per correre. Un po' anche per tornare. L'immagine nello specchio si riflette su un'altra persona ma guardando bene, posso ancora vedere lo strabico occhio degli occhi che Marco aveva fatto in un

IL MIO AMICO GENIALE
BRAND
 1. Gavi (2)
 2. Prati (4)
 3. Alexander McQueen (1)
 4. Missoni (1)
 5. Bottega Veneta (1)
 (foto gliati su 2022 2023)

ACCREDITI
 1. Archivio The Curve
 gliati di Alexander McQ
 2. Male King di Jimmy Choo
 3. Borsa in stile Prada
 gliati di Prada
 4. Stile Lamer
 di Louis Marant
 5. Borsa a spalla Fryette
 di Stella McCartney

Il prossimo numero
 Fedeli della mod-
 uscirà giovedì 3 nov

CONSIGLIO D'OPINIONE
 UNO
 Si ricopre per la collaborazione
 ufficiale e questo volume

**RAFFAELLA SORINA NAL-
 DELLA CAROLINA**
 Elio
 FONDAZIONE SIZIANO
 MAI VIOLETTA
 VALENTINO

Il prossimo numero
 Fedeli della mod-
 uscirà giovedì 3 nov

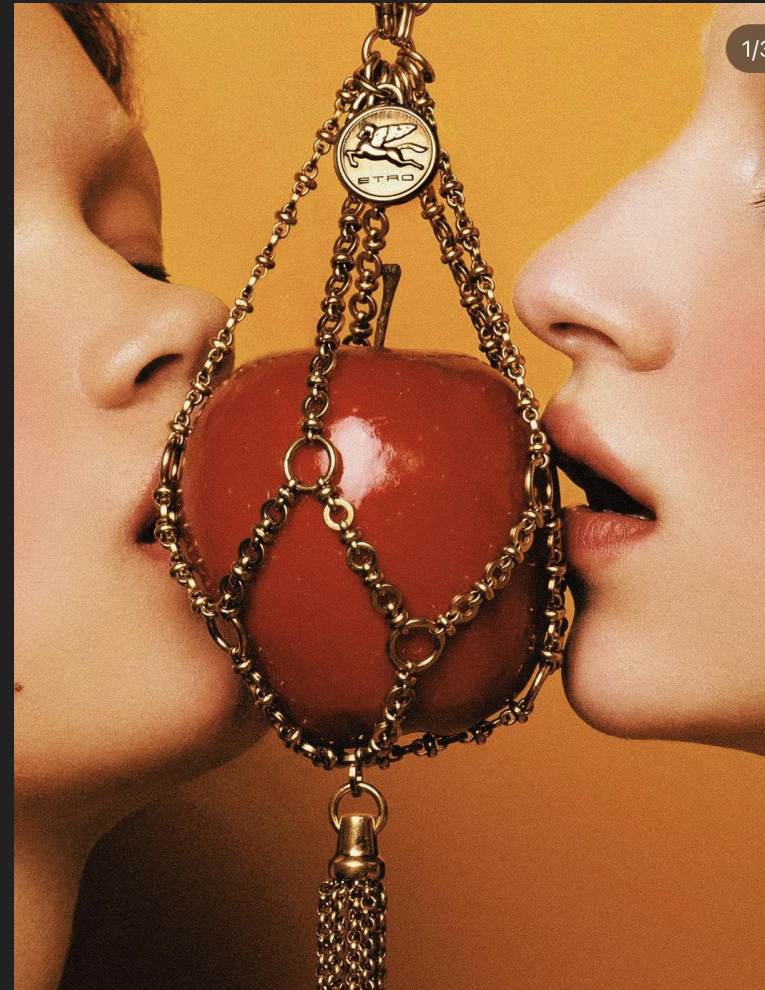
**RAFFAELLA SORINA NAL-
 DELLA CAROLINA**
 Elio
 FONDAZIONE SIZIANO
 MAI VIOLETTA
 VALENTINO

Il prossimo numero
 Fedeli della mod-
 uscirà giovedì 3 nov

**RAFFAELLA SORINA NAL-
 DELLA CAROLINA**
 Elio
 FONDAZIONE SIZIANO
 MAI VIOLETTA
 VALENTINO

Brand differentiation and communication strategy

- The brand stands out from their daring designs and their horse and wing symbol
- This brand is high fashion and a more of a If you know then you know kind of brand
- Although If you are making 100k or more you could purchase
- If you're a celebrity you could visit the showroom
- Their communication strategy is focus on the new designs and creative pictures



My views on the brand

- This is a luxury designer brand because for one I have never heard about this brand before. I learned about it by a model tagging the owner on Instagram. Their prices are outrageous. The prices range from \$300 if they are on sale. This brand goes up to \$10,000. Well that is the highest that I've seen. This brand also had their fashion show on the website.
- This brand seems like it's all about pops of color, uniqueness and standing out. They vary from fragrance, shoes, and clothes. Literally a one stop luxury show.
-

Websites

<https://row.marcodevincenzo.com/collections/cc-tapis>

<https://www.etro.com/us-en/women/clothing/tops-and-t-shirts/>

<https://www.instagram.com/etro/>

<https://www.instagram.com/marcodevincenzo/>