

KIABI

la mode à petits prix

L'Ottobre di KIABI si tinge di Rosa: sempre a fianco delle donne e delle famiglie all'insegna della prevenzione, che non passa mai di Moda.



KIABI, brand francese di moda a piccoli prezzi, rinnova l'appuntamento con i giorni più rosa dell'anno, quelli di Ottobre, evocativi di campagne di sensibilizzazione, prevenzione ed educazione sanitaria verso il tumore al seno.

“Agire verso un mondo sempre più inclusivo” è infatti uno dei fil rouge focali delle attività del brand.

L'azienda replica in Italia dunque la partnership con A.N.D.O.S. onlus (Associazione Nazionale Donne Operate al Seno) per sostenere concretamente la lotta contro una malattia che affligge una donna su otto.

Per ogni capo venduto della Capsule dedicata, contrassegnata dall'evocativo nastrino rosa, KIABI s'impegna a devolvere 1 € all'associazione partner dell'operazione, a sostegno di tutte le attività di recupero fisico, psicologico e sociale delle donne colpite da questo male.

I clienti KIABI avranno inoltre la possibilità di effettuare una libera donazione all'associazione durante il passaggio in cassa, contestualmente con il pagamento dei prodotti acquistati.

Pioniere della moda inclusiva, KIABI attualizza sempre la sua linea post-operatoria, attraverso un processo di co-costruzione, insieme alle clienti che hanno subito una mastectomia. Grazie ad un incredibile know-how, la collezione è in continua evoluzione.

L'obiettivo è che le donne che hanno subito un intervento possano sentirsi contestualmente comode, a proprio agio e alla moda, indossando capi KIABI.

La collezione Ottobre Rosa si conferma anche nel 2023 un perfetto trait d'union tra tendenza e praticità.



Spiccano i completi lingerie in pizzo e in cotone, che spaziano da nuance più tenui a quelle più incisive, come il color terra e il verde petrolio.

Troviamo anche abbigliamento *nuit* come le camicie da notte con scritte motivazionali "We are strong" ; poi ancora felpe, t-shirt, perfette per tutte le morfologie, non solo realizzate per le donne ma per tutta la famiglia, grandi e piccini. L'Ottobre Rosa è infatti un momento comune che non riguarda solo le donne ma tutti, tutti i nuclei familiari su cui impatta questo percorso. "Together strong" è impresso su diversi capi della collezione e infatti insieme, solo insieme, possiamo essere più forti, più saldi.

"La collaborazione tra KIABI e A.N.D.O.S. risale al 2015. Credo che insieme abbiamo maturato la consapevolezza dell'importanza di questo rapporto: che per KIABI ha voluto dire esplicitare ancora

una volta la propria sensibilità aziendale e per l'A.N.D.O.S. diffondere il messaggio che una sempre più alta percentuale di donne guarisce dal cancro della mammella.

Questo tema non riguarda solo le donne, ma tutta la famiglia implicata. Ne sono impattati anche i figli ad esempio che reagiscono ovviamente in modo diverso a seconda dell'età e del contesto. Questo si lega ovviamente all'adattamento della famiglia alla malattia e per questo è fondamentale il nostro supporto, sia per aiutarla a comunicare sia per far capire a lei e al suo nucleo familiare che oggi di cancro della mammella si guarisce e che noi possiamo sostenerla, occupandoci delle sue problematiche fisiche, sociali, intrapsichiche e relazionali, in tutte le fasi del percorso di malattia" Commenta così il team di A.N.D.O.S. Onlus.

KIABI IN PILLOLE

Nel 1978, nel nord della Francia, KIABI rivoluziona il fast fashion attraverso il concetto di moda a piccoli prezzi per tutta la famiglia, realizzando un'ampia e versatile offerta, presentata per tutti i budget, gli stili, le morfologie. 40 anni dopo, il piccolo marchio francese parte del gruppo AFM (Associazione Familiare Mulliez) proprietaria tra gli altri anche di Decathlon, Auchan e Leroy Merlin, è ormai un gruppo internazionale presente in 19 paesi, con più di 25 milioni di clienti e 1,99 miliardi di euro di fatturato raggiunto nel 2022.