

# Dalla passione e dall'identità con il territorio prende vita a Riccione Unconventional Store

Riccione, 21 luglio 2015 – “Perché a Riccione vale sempre la pena venire!”

Nasce anche da questa certezza l'iniziativa di marketing territoriale Unconventional Store che esalta l'esclusività, la creatività, la ricerca e l'intuizione di alcuni “luoghi unici e ideali dello shopping nati a Riccione e che solo a Riccione si possono trovare”.

Riccione, città unica, carica di energia d'estate, con un'ottima qualità della vita durante tutto l'arco dell'anno e foriera di mode e tendenze, ha ora in Unconventional Store un percorso virtuale e fisico che vede la partecipazione di luoghi distintivi dello shopping e che completa l'offerta di Nubilend (portale specializzato in vacanze con le amiche), importante tassello del grande mosaico che fa di Riccione “luogo delle celebrazioni”, scelta dalle aziende per comunicare e rappresentarsi, da famosi artisti per viverci, dalle community per incontrarsi e dalle “donne per celebrare l'addio al nubilato o semplicemente se stesse”.

Con Unconventional Store i promotori del progetto Claudio Villa e Debora Masini propongono e interpretano dunque in modo nuovo e originale la shopping experience di Riccione!

Le regole che governano il mercato negli ultimi 10/15 anni sono chiare ed esplicite, ci sono parole chiave attorno alle quali girano tutti i business e la shopping experience e il tailor made sono alcune di queste – dichiara Claudio Villa che prosegue – la regola fondamentale è però che qualsiasi prodotto di successo, sia che nasca dal basso sia che venga imposto dal mercato, deve per forza legarsi al territorio sul quale insiste, anche se come obiettivo ha il mondo. In questo caso possiamo parlare veramente di “Riccione Glocal”

Ed è in questo scenario che s'inserisce Unconventional Store, un grande contenitore di passioni, d'interessi, d'identità con il territorio, di artigianalità trasversali di alta eccellenza in grado di competere con modelli celebrati altrove, ma che diventano realtà uniche e offrono esperienze irripetibili perché saldamente legate alla cultura del territorio.

E' dato evidente ormai che sempre più spesso gli spostamenti e i viaggi sono il risultato delle proprie passioni, dei propri interessi e degli eventi in calendario nelle varie località turistiche. Porre l'accento sull'esistente, come nel caso di Unconventional Store, per valorizzarlo ulteriormente non può che aumentare l'interesse per la destinazione.

“Unconventional Store” come spiega Debora Masini, coordinatrice di Nubilend ([www.nubilend.it](http://www.nubilend.it)) “nasce da un'esigenza fisiologica, dalla capacità di ascolto delle più svariate esigenze femminili e comunica alle donne in

maniera diretta ciò che non sanno, ma che vorrebbero sapere”.

“Tutte le donne di qualsiasi le età – commenta Debora – mi pongono sempre la stessa domanda: quali sono i luoghi particolari dello shopping da visitare e da non perdere a Riccione? E da qui siamo partiti!”.

Unconventional Store si propone quale strategia di marketing non esclusiva, non alternativa, ma certamente complementare alle grandi firme e semplicemente distintiva della località. Sarà promossa in partenza tramite il sito [www.unconventionalstore.it](http://www.unconventionalstore.it), il canale Nubilend <http://www.nubilend.it/shopping-esclusivo-riccione#top>, la pagina facebook dedicata, e anche con una particolare mappa d’orientamento.

Qualche dato su Nubilend

- Nasce a Riccione, città delle Celebrazioni.
- Non ha ancora un anno di vita ed è già nelle prime pagine di “addio al nubilato” su Google senza finti supporti.
- Target: donne dai 23 ai 45 anni d’età.
- Propone 8 pacchetti su Riccione ma il 95% è tailor-made.
- In relazione all’organizzazione, per il 40% si tratta di addii al nubilato, per il 60% di vacanze tra amiche.
- La costante: il piacere per la socializzazione

Attualmente le attività che hanno aderito al progetto sono:

MYA – Abbigliamento – Viale Dante 261

TATTERS & CO – Abbigliamento – Viale Dante 205

GISELLA BERNASCONI – Hair Boutique – Viale Dante 74

AMANO – Artigianato Artistico – Viale Dante 105 angolo Via Bellini

BABETTE – Abbigliamento – Viale Dante 76

SPADARELLA GIOIELLI – Gioielleria – Viale Virgilio 11C

CANTINA DELLA BIRRA – Birreria Internazionale – Galleria Palazzo dei Congressi

HECTOR – Stivali e accessori in pelle – Viale Dante 49 e Viale Ceccarini 104

CUCY COVER – Concept Store al femminile – Via Corridoni 4/E

YURI – Borse e accessori in pelle – Viale Ceccarini 101

MAISON BALEANI – Accessori fashion – Viale Gramsci 30

H24 APPAREL – Abbigliamento – Viale Milano 50

Ufficio Stampa Nuova Comunicazione

Laura Ravasio [ravasio@nuovacomunicazione.com](mailto:ravasio@nuovacomunicazione.com) – 348 9330574

[www.nuovacomunicazione.com](http://www.nuovacomunicazione.com)