



G R U P P O   C A S I L L O

# OUR BRANDS

Y-Clu

**Ronnie Kay**  
COOL IMPULSE ICON

*Gaiialuna*



to be too

**BRiINCE**  
couture

**STREET GANG**

LICESING

Jeckerson

DO NOT GO GENTLE

custo®  
B A R C E L O N A

# THE GROUP

I fratelli Michele e Vincenzo Casillo i fondatori di una realtà imprenditoriale dedicata esclusivamente all'universo dei bambini che, da più di trent'anni, interpreta i gusti e le esigenze dei teenager, attraverso la realizzazione di collezioni innovative, in cui fantasia, praticità e stile sono miscelati con creatività ed esperienza.

La forte intesa professionale e privata svela da subito le componenti salienti dell'anima dei brand: tenacia, passione, attenzione ai desideri ed alle esigenze dei più piccoli, il tutto miscelato con instancabile curiosità per la moda.

La voglia di realizzare un grande sogno è tangibile in ogni collezione, con motivazione, entusiasmo e una rapida attitudine al cambiamento. Sempre e comunque.



*Brothers Michele and Vincenzo Casillo are promoters of an entrepreneurial activity dedicated exclusively to a children's universe that, for more than thirty years, represents teenagers' tastes and needs, making innovative collections, where fantasy, practicality and style are mixed with creativity and experience.*

*The strong professional and private understanding immediately reveals the main components of the spirit of the brand: tenacity, passion, attention to the wishes and needs of children, all mixed up with tireless curiosity for fashion.*

*The desire to realize a dream is tangible in every collection, with motivation, enthusiasm and a quick aptitude to change. Always.*

# HEAD QUARTER

Il Gruppo Casillo con sede in San Giuseppe Vesuviano , in provincia di Napoli, l'azienda è dedita alla produzione di linee di abbigliamento kids e junior che accompagnano l'evoluzione estetica delle nuove generazioni da 0 a 16 anni.

L'immagine dell'edificio, di altissimo design ed ecocompatibile, è stata progettata come un ambiente accogliente in cui tutti i collaboratori possano ritrovare maggiore creatività, serenità e comfort. Gli spazi destinati ad ogni dipartimento funzionale e l'enorme sala conferenza sono i tratti distintivi del progetto, concepito per favorire la cooperazione ed agevolare le relazioni secondo logiche semplici ed essenziali.

Il desiderio primario dei Soci Fondatori è evidente: far star bene le persone anche sul luogo di lavoro.



The company, with headquarter in San Giuseppe Vesuviano, near Naples, deals with the production of lines of kid and junior garments that follow the aesthetic evolution of new generations from 0 to 16 years of age.

The image of the building – of high design and environmentally friendly - is designed as a welcoming environment where all employees can find the greatest creativity , serenity and comfort . The spaces dedicated to each functional department and the huge conference room are the hallmarks of the project, designed to promote cooperation and facilitate relationships according to the simple and essential logic .

The primary aim of Incorporators is obvious : make people live better even in the workplace .



# BUSINESS MODEL

Un gruppo solido e compatto, caratterizzato da una strategia commerciale di estrema competitività, fondata su tre elementi cardine:

- risorse altamente qualificate
- solide strutture commerciali
- efficienti reti distributive

Il modello di business si declina in flessibilità, creatività e design di qualità: un *modus operandi* fondamentale per rispondere con puntualità alle richieste del mercato.

La chiave strategica diventa il forte orientamento al cliente in tutte le attività, per adattare la proposta moda ai suoi desideri.

La filiera produttiva decentralizzata ed un sistema logistico interno sono controllati secondo rigorosi parametri gestionali, consentendo procedure decisionali ed operative pronte e snelle.

L'attività imprenditoriale trae energia propulsiva dalla ricerca di nuovi mercati, styling ed attenzione allo sviluppo formativo delle risorse. Una formula di affiliazione incoraggiante e vincente ha infine contribuito allo sviluppo inarrestabile dei marchi. Consapevoli che crescere vuol dire scegliere.



*A strong and compact Group, characterized by a commercial strategy extremely competitive based on three main points: highly qualified human resources, solid commercial structures, efficient distribution network.*

*The strength of this Business model is flexibility, creativity and quality design: this *modus operandi* is essential for responding to the market demands with accuracy.*

*The key strategy is to focus the attention on customers in all activities, to adapt the fashion proposals to their wishes.*

*The decentralized production chain and the logistics system are controlled in accordance with strict management standards, allowing decision-making and simple procedures.*

*The entrepreneurial business draws energy from the research of new markets, styling and attention to the training development of human resources.*

*A successful and promoting affiliation strategy contributes to an unstoppable development of brands.*

*Being aware that to grow up is to choose.*

# STYLE

Il successo delle proposte moda trova riscontro nell'anticipazione e nella profonda comprensione delle tendenze da parte del team stilistico, disegnando modelli che corrispondano realmente ai desideri dei clienti.

In ogni stagione, i campioni sono sviluppati interamente dai fashion designers delle linee donna e bambino, giovani creativi la cui età media si attesta intorno ai trent'anni, un indice di sperimentazione, curiosità ed entusiasmo irrefrenabile.

L'innovazione e la ricerca su stoffe e materiali nuovi è sempre mirata alla cura dei dettagli e alla scelta di particolari di pregio.

la fase di ideazione del capo presso l'Headquarter termina con la realizzazione decentralizzata del modello, fase di grande importanza la cui energia produttiva deriva da rapidità di esecuzione, flessibilità, riservatezza creativa.



*The success of the proposed fashion lies in anticipating and deeply understanding the trends from the design team, designing models that actually correspond to what customers want.*

*In any season, the samples are developed entirely by fashion designers, young creative people whose average age is around thirty years, an index of experimentation, curiosity and irrepressible enthusiasm.*

*Innovation and research of new fabrics and materials are always focused on the detailing and choice of fine details.*



*The design phase of the cloth at the Headquarters is completed with the creation of the model- this phase is very important since it's from the execution speed, the flexibility and the creative confidentiality that derives the productive energy.*



to be too

Collezioni versatili ed eclettiche che libere da regole commerciali puntano sulle reali esigenze delle girls to be too che non rinunciano mai al proprio glamour.  
Lo stile del brand rispecchia le tendenze del mercato sempre in rapida evoluzione.

*Eclectic and versatile collections that - free from commercial constraints - aim to the real needs of Tobetoo girls that never give up glamour.*

*The style of the brand reflects the trends of a market always in evolution.*

## STREET GANG

Collezioni dai colori vivaci con uno stile bon ton senza mai rinunciare al comfort per ragazze sempre più esigenti.  
Dal neonato con stile unico e contemporaneo passando per il baby con le sue linee originali e finendo con la linea junior dedicata alle bambine che amano abbinare dettagli raffinati a linee versatili.

*From Newborn with its own functionality and natural materials, passing through the colored and comfortable collection for baby until junior line, made for kids who have already a clear idea of the style they want.*





Collezioni equilibrate tra fashion e quotidiano sono destinate al total look dei più piccoli dallo stile frizzante colorato e versatile.

Per il Gruppo Casillo, il lancio di Y-clù è l'inizio di un progetto a medio termine che prevede la trasformazione del comparto produttivo dell'azienda, attualmente sbilanciato su proposte di PRONTO/MODA, verso una "tranquilla" gestione percentuale di proposte di programmato

*Collections balanced between fashion and daily: they are addressed to the total look of the children with a sparkling, colorful and versatile style .*

*For Casillo group the launch of Yclu' is the beginning of a project*

# Gaiialuna

Collezioni dai colori vivaci con uno stile bon ton senza mai rinunciare al comfort per ragazze sempre più esigenti. Dal neonato con stile unico e contemporaneo passando per il baby con le sue linee originali e finendo con la linea junior dedicata alle bambine che amano abbinare dettagli raffinati a linee versatili.

*Brightly colored with a bon ton style without giving up comfort for more and more demanding girls .  
From newborn with unique, contemporary style passing through the baby with its original lines and ending with the junior line dedicated to little girls who love to combine fine details with versatile lines .*

## Ronnie Kay

Collezioni pensate alla generazione dei Digital Native, ragazzi di oggi sempre connessi a social network e blog per scambiarsi consigli e outfit, con capi pensati per essere intercambiabili e per raccontare una storia: quella che i ragazzi preferiscono e che hanno voglia di indossare.

*Collections thought for the generation of the Digital Native , kids today are always connected to social networks and blogs to exchange tips and outfits , with clothes designed to be interchangeable and to tell a story : what the boys like and want to wear .*

# Jeckerson

**DO NOT GO GENTLE**

L'iconico pantalone con la toppa **Jeckerson** è l'indiscusso Must have di ogni collezione che ispira il total look della collezione Junior.

Senza tradire la sua matrice casual in perfetta sintonia con il main brand, **Jeckerson Junior** va alla ricerca di tendenze contemporanee, che si concretizzano ogni stagione nella proposta di capi in tessuti ricercati e sempre attuali.

E' una moda Casual Chic quella della linea junior che coniuga le tendenze del mondo sporty a quelle delle giacche destrutturate che rievocano la migliore tradizione sartoriale napoletana

*The iconic "patch pant" made by Jeckerson, inspiring the total look Collection realized in the Junior segment, is a must have season by season.*

*Jeckerson Jr styling highlights contemporary trends embedded in styles able to express research, sophistication and modern design without leaving casual DNA in harmony with the adult Collection.*

*The Fashion inside the Junior line is Casual Chic combining trends coming from Sporty World and deconstructed jackets very typical of the sartorial tradition made in Naples.*

# BRINCE

COUTURE

Collezioni piene di carattere per outfit aggressivi sono pensate per una teenager già donna, che cattura le tendenze prima degli altri, ama osare e raccontare il suo viaggio.

La donna Briince assapora lo streetwear del Bergman Strasse di Berlino, vive le atmosfere dell' Est End Londinese, raccoglie la creatività del quartiere Vasterbo di Copenaghen ed ama assaporare l'originalità del Menilmontant di Parigi.

La Moda parte dalle passerelle ma sicuramente trova nello street style la declinazione più immediata, paparazzatissimi e condivisi su ogni piattaforma digitale e, ca va sans dire, sui social network.

Briince vuole essere la nuova moda 2.0 .

Collezioni on-line e alla portata di tutti con profili sempre aggiornati con il dettaglio di condividere l'acquisto delle clienti.

*Collections full of character, according to aggressive outfits defined, have been thought for teenagers feeling themselves already women able to catch the best trends, love dare and tell the magic journey of their lifestyle.*

*The Woman styled by Briince evokes the berliner streetwear by Bergman Strasse, lives atmospheres rich by East End of London, collects creativity so typical downtown in Vesterbro Copenhagen and loves the original sound of life inspired by Menilmontant in Paris.*

*The process of Fashion creation starts in the Shows and takes life in the streets style where the game of making outfits joins the coolest social and media networks.*

*Briince wants to be the New Fashion 2.0  
On-line and easy going Collections are the drivers for success.*



# CORPORATE PERFORMOMANCE

Designes  
Models  
**3500**

CLIENTS  
**2500**

TURNOVER  
**30ml**



AGENTS  
**30**

**2,5MILION**  
OF PICS  
SOLD

**Year 2016**

# World Wild

Noi nel mondo

*Our worldwide presence*



Arabia Saudita, Germania, Grecia, Italia, Marocco, Olanda, Regno Unito, Russia, Spagna, Sud America, Stati Uniti.  
Saudi Arabia, Germany, Greece, Italy, Morocco, Netherlands, United Kingdom, Russia, Spain, South America, USA.

# RETAIL STRATEGY

Il gruppo Casillo, forte di una consolidata esperienza nel canale wholesale ha pianificato di entrare con forza nel mercato Retail.

L'obiettivo è offrire al mercato un contenitore che abbia la varietà del Multibrand e la forza del Retail.

Aperture di corner e flagship store diretti nelle principali città italiane saranno il volano per lo sviluppo del progetto a medio e lungo termine.

Portare l'azienda direttamente ai clienti è l'obiettivo di una crescita mirata ed equilibrata, sostenuta nel tempo da una struttura organizzativa dedicata ed altamente qualificata.



*The Casillo group, that has already a strong experience in the wholesale channel, is planning to enter with strength in the retail market. The aim is to offer on the market the variety of a Multibrand and the strength of the Retail both. The fly-wheel of the development of the project will be the opening of corner in shops and direct flagship stores in the main cities in 2016. To bring the factory directly to the customers is the target of a focused and equilibrated growth, supported during the time by an organizational structure dedicated and highly qualified.*

# CORNER

Il progetto corner nasce dall'esigenza di essere visibili con i marchi del Gruppo all'interno dei negozi Premium, attraverso uno spazio emozionale che comunichi i fattori di successo dell'azienda.

Il cliente e l'azienda condividono un percorso di partnership attraverso il quale l'esperienza di ogni attore viene messa a disposizione dell'altro.

L'obiettivo comune è incrementare le vendite attraverso tutte le leve che l'azienda ed il negozio hanno a disposizione: layout, prodotto, allestimento, riassortimento, comunicazione.

Soluzioni personalizzate, flessibilità e controllo dei risultati sono le chiavi di volta del progetto.



*The project of corner in shops was born to satisfy the need of being visible with the Group's brands within the premium stores, through an emotional space that communicates the factors of success.*

*The customer and the company share a path of partnership through which each one shares its own experience with the other one.*

*The common goal is to increase sales through all the tools that the company and the shop have: layout, product, replenishment, communication. Customized solutions, flexibility and control of the results are the keystones of the project.*



# FRANCHISING

Il Gruppo punta ad instaurare una vera e propria collaborazione con il franchisee che sceglie di aderire al progetto, valorizzando la massima fiducia in termini di redditività, sviluppo personale e di acquisizione di competenze imprenditoriali.

Aderire al progetto Franchising del Gruppo Casillo significa stabilire un rapporto di partnership duraturo nel tempo, volto ad affiancare l'affiliato in tutte le fasi della gestione manageriale, prima-durante-dopo

Una rete interna qualificata e strutturata consente al partner di usufruire di assistenza costante, acquisendo conoscenze e tecniche di vendita sempre all'avanguardia, ponendosi in posizione privilegiata rispetto ai competitors.



*The Group aims to establish a true partnership with the franchisee who chooses to join the project, highlighting the utmost confidence in terms of profitability, personal development and the acquisition of entrepreneurial skills.*

*Join the project Franchising Group Casillo would mean to establish a long lasting partnership, designed to assist the franchisee in every moment of business management, before - during - after*

*An internal qualified and structured network makes the partner able to take advantage of constant assistance, acquiring knowledge and sales techniques at the forefront, so that the partner can be in a privileged position compared to the competitors.*

# FAIR



Siamo presenti al Pitti Bimbo con uno stand unico di 250 mq che racchiude tutti i marchi del Gruppo Casillo.

*We are present at Pitti bimbo with a unique stand of 250 square meters that contains all the brands of the Casillo Group.*







# IMAGE STRATEGY

Per impostazione grafica e scelte strategiche, l'immagine pubblicitaria appare ogni anno culturalmente eclettica e sempre all'avanguardia.

La pianificazione e la realizzazione di campagne pubblicitarie da forte appeal comunicativo, sono alla base delle strategie di marketing e comunicazione del Gruppo Casillo. Ingenti investimenti su i media sono destinati alla diffusione del brand image in modo capillare e strategico, puntando su magazine di moda e circuiti di affissione delle principali città italiane.



*For graphic layout and strategic choice, the advertising image appears every year eclectic and cutting edge .*

*The planning and implementation of advertising campaigns by appealing communication are the basis of the marketing strategies and communication of Casillo Group .*  
*Huge investments on the media are intended to spread the brand image on a widespread and strategic way , focusing on fashion magazines and billboards circuits of main Italian cities .*



# ADVERTASING



# OUTDOOR





# PRESS







# SOCIAL Marketing

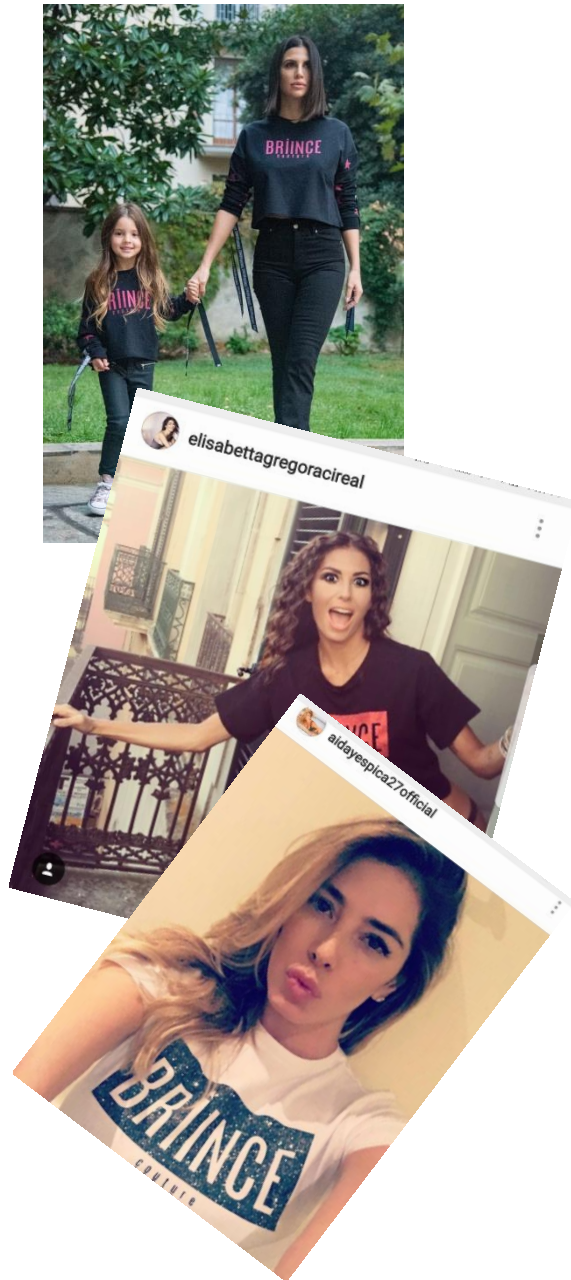
Il Gruppo Casillo crede fortemente nelle potenzialità della rete e dei social media per accrescere le opportunità commerciali e diffondere la notorietà dei brand a livello internazionale.

Il crescente interesse nei confronti dell'azienda e dei prodotti moda da parte del pubblico ha suggerito la necessità di definire una strategia digitale per ottimizzare la presenza online e incanalarla in concrete opportunità di sviluppo.

Il lancio di un importante e complesso progetto di una piattaforma web si fonda su due finalità fondamentali:

- generare alto impatto emozionale
- offrire una straordinaria funzionalità user-friendly & intuitiva in grado di stimolare curiosità, interesse e crescente impulso all'acquisto online.

Il concept da cui muovono i nuovi portali online è evidente dalle relative homepages: promuovere e rafforzare ulteriormente l'immagine dei brands con un semplice clic.



*Casillo Group strongly believes in the potential of the Internet and social media to improve business opportunities and spread the brand awareness all over the world .*

*The growing interest in the company and fashion products by the audience suggested the need to define a digital strategy to optimize the online presence and channel it into concrete development opportunities .*

*The launch of an important and complex project of a web platform is based on two basic goals :*

- generate high emotional impact
- offer a unique user-friendly & intuitive functionality that can stimulate curiosity , interest and growing impulse to the online purchase .

*The concept from which the new online portals moves is evident from its homepages : to promote and further strengthen the image of brands by a click .*



G R U P P O   C A S I L L O

VIA MARTIRI DI NASSIRYA, 77

80047 SAN GIUSEPPE VES.NO (NA)

TEL. 081.5297381 - 081.5280076