

COMMUNIQUÉ DE PRESSE :

NEWD. S'ENGAGE SUR DE NOUVELLES VOIES

À partir du printemps/été 2025, la toute jeune marque NEWD. volera de ses propres ailes en matière de communication et s'ouvrira ainsi à de nouvelles opportunités et à de nouveaux groupes cibles. Grâce à la force d'aspiration de la marque Tamaris, NEWD. a réussi à s'établir avec succès sur le marché et a enregistré des ventes convaincantes au cours des deux dernières saisons. Il est maintenant temps pour elle de passer à l'étape suivante : NEWD.Tamaris devient NEWD.

Un envol vers de nouveaux horizons, sans rompre avec le passé. Certainement la meilleure façon de décrire ce nouveau bond en avant pour NEWD. Forte de l'expertise et de l'expérience de la marque Tamaris, NEWD. s'aventure sur de nouveaux terrains et gèrera désormais indépendamment produit, packaging et points de contact. « NEWD. bénéficiera de davantage d'autonomie en matière de communication. Toutefois, en sa qualité de « brand of Tamaris », NEWD. continuera de faire partie de la famille Tamaris et de bénéficier de la longue expérience et des processus mis en place par le groupe Wortmann. Dans le même temps, nous nous adressons à un groupe cible indépendant dans le segment d'entrée de gamme Premium. Un marché qui présente un énorme potentiel et affiche une forte demande », explique Marlena Redeker, Responsable de la stratégie de marque de NEWD.

Particulièrement exigeante en matière d'esthétique et de qualité, NEWD. propose des produits haut de gamme à des prix attractifs, qui permettent à un grand nombre de femmes de porter des pièces au style affirmé, à la fois durables et intemporelles. Avec une fourchette de prix allant de 100 à 150 € (prix de vente conseillé), NEWD. démontre qu'avoir du style est un sentiment, et ne dépend pas du montant que vous dépensez. Le tout, bien sûr, sans devoir faire de compromis en matière de confort ! Les clientes sont en effet de plus en plus exigeantes. Ces dernières recherchent des produits de qualité et durables, sans pour autant renoncer au confort. Ces aspects sont également pris en considération dans le développement des collections.

Guidés par notre devise « The wardrobe of life », chaque style NEWD. a le potentiel de devenir votre pièce préférée, et ce, pour la vie. Décontractée et facile à vivre, mais toujours originale, NEWD. propose aux femmes une petite collection de chaussures exclusives, qui saura compléter intelligemment chaque Capsule Wardrobe. Qu'il s'agisse de sneakers, de slingbacks, de ballerines ou de mocassins, ces essentiels de la garde-robe vous accompagneront pendant plusieurs saisons. Cette idée de longévité se reflète également dans les petits poèmes d'amour et les messages personnels de notre communication, lesquels mettent en relief les émotions et les souvenirs que nous associons à nos chaussures ». Marlena Redeker fait ici référence à des messages tels que « My beloved sneakers you have no clue, how much I love wearing you » ou « What about you + me forever ? ». Ces messages doivent non seulement renforcer le lien personnel entre la cliente et le produit, mais aussi mettre en lumière les histoires et les expériences personnelles de chaque cliente.

Semelles intérieures rouges, rivets fantaisie, imprimé zèbre sur les brides et les talons, mais aussi touches colorées de rouge, d'argenté ou de lilas figurent parmi les points forts de la collection printemps/été 2025. Cette nouvelle collection sera notamment présentée au MICAM au mois de septembre ainsi que dans une sélection de showrooms internationaux, où NEWD. bénéficie du soutien d'un réseau de distribution bien établi. « L'objectif est de nous ouvrir à des domaines d'activité tournés vers l'avenir et d'affirmer clairement notre positionnement dans le secteur du Fashion retail avec une équipe jeune et innovante et la force d'aspiration d'un groupe solide », explique Jens Beining, PDG du groupe Wortmann.

À propos du groupe Wortmann

Basé à Detmold, le groupe Wortmann, principalement connu à travers sa marque Tamaris, est l'une des plus importantes entreprises de fabrication et de distribution de chaussures en Europe et est considérée comme le leader du marché des chaussures tendance pour femmes. Les collections sont proposées dans plus de 70 pays à travers le monde et dans plus de 15 000 boutiques de chaussures. Outre la marque phare Tamaris, le groupe comprend les marques Marco Tozzi, Caprice, Jana et s.Oliver shoes. À cela s'ajoute la Novi Footwear International Co. Ltd., à Hong Kong, qui compte de nombreuses chaînes de magasins mondiales parmi ses clients. Le groupe compte plus de 1 100 employés à l'échelle internationale. Quelques 30 000 employés travaillent pour la société de Detmold dans le monde.

