

# MaxMara

Firma Max Mara powstała w 1951 we Włoszech. Założył ją Achille Maramotti. Max Mara szybko stała się czołową włoską grupą działającą w sektorze odzieży damskiej. Obecnie firma proponuje 22 kolekcje, składające się z wysokiej jakości ubrań utrzymanych w niezwykłym stylu. Holding Max Mara Fashion Group stanowi dziś wzór i punkt odniesienia dla wielu włoskich i międzynarodowych firm prêt-à-porter.

## Oferta i wartości

Wszystkie produkty holdingu charakteryzuje niezwykle wyczuć stylu i ponadczasowość. Firma wciąż pozostaje wierna wypracowanym na początku swojej działalności wartościom i priorytetom, wyróżniającym ją spośród innych firm zarówno we Włoszech, jak i na świecie. Te wartości to: wysoka jakość produktów, styl, odpowiedni stosunek jakości do ceny i precyzja warsztatu krawieckiego, utrzymywana nawet w przypadku produkcji na szeroką skalę,

Ewolucja strojów i gustów oraz coraz większe potrzeby współczesnych kobiet doprowadziły do powstania wielu nowych kolekcji i marek powstających w ramach Max Mara Fashion Group. Są wśród nich: Max Mara s.r.l. (Max Mara, Sportmax, 'S Max Mara, Weekend by Max Mara, Max Mara Studio, Sportmax Code, Max Mara Elegante, Max Mara Accessori, Max Mara Occhiali, Max Mara Hosiery, Sportmax Beachwear), Manifatture del Nord s.r.l. (Pennyblack, Newpenny, Pennypull, T-Penny, Pennyblack Plus, Collezioni Max & Co.), Marella S.p.A. (Marella, Linea Emme, i Blues) oraz Marina Rinaldi s.r.l. (Marina Rinaldi, Persona). Każda z nich skierowana jest do innej grupy docelowej i wyróżnia się specyficznym, odpowiednio dobranym do klientek stylem. A wszystko po to, by w pełni usatysfakcjonować indywidualne potrzeby każdej kobiety.

Max Mara kierując się własną filozofią stawia na działalność zespołową, a nie na promowanie nazwisk pojedynczych projektantów. W proces tworzenia doskonałych kolekcji zaangażowany jest sztab profesjonalistów. Efekt końcowy to wynik pracy bardziej lub mniej popularnych projektantów, ludzi odpowiedzialnych za dobór materiałów, pracowników szwalni, a także specjalistów w dziedzinach marketingu i komunikacji. W tym znaczeniu można tu mówić o twórczości przedsiębiorczej. Przez lata wiele sław miało swój czynny udział w tworzeniu wizerunku kobiety Max Mara. Pracując na rzecz marki w pełni wykorzystywali oni swój talent, bez zbytniego eksponowania nazwisk i indywidualnych zasług. Dla Max Mara tworzyły takie osobowości jak choćby Emmanuelle Kahn, Karl Lagerfeld, Luciano Soprani, Guy Paulin, Jean-Charles de Castelbajac, Dolce & Gabbana, Anne-Marie Beretta czy Narciso Rodriguez i Franco Moschino. Ponadto firma od wielu lat współpracuje z młodymi i utalentowa-





nymi absolwentami najbardziej prestiżowych międzynarodowych szkół, takich jak Rogal College of Art i Kingston College of London.

Wystrój wnętrz i witryn salonów wyrażają osobowość i charakter, pochodzącej z Reggio Emilia, marki Max Mara. Architekci, projektujący salony Max Mara, starają się, by były one urządzone w sposób niezwykle prosty; by były jasne i przestrzenne, a jednocześnie intrygujące. Kolory mebli i materiałów wykończeniowych dobierane są spośród palety neutralnych barw, tak by jak najpełniej wyeksponować i podkreślić prezentowane w salonie produkty. Elegancka architektura salonów służy stylowym ubraniom.

#### Innowacje i promocje

Od 50 lat Max Mara reprezentuje wyraźny i wyważony styl. Produkty grupy są wynikiem syntezy pomysłów i refleksji najzdolniejszych kreatorów i poddawane są testom, które pozwalają na stałą kontrolę jakości i atrakcyjności oferty. Dlatego też jedną z podstawowych ról w działalności holdingu pełni komunikacja, w skład której wchodzi kontakt z odbiorcą za pomocą najwyższej jakości fotografii reklamowej i sesji mody. Nad wizerunkiem marek i kolekcji z grupy Max Mara czuwali od zawsze znakomici



fotograficy m.in.: Sahar Moon, Paolo Roversi, Fabrizio Ferri, Artur Elgort, Albert Watson, Giampaolo Barbieri, Peter Lindbergh, Steven Meisel, Richard Avedon, Steven Klein, Craig McDean, Inez Van Lamsweerde & Vinoodh Matadin. Wszyscy oni byli twórczo zaangażowani w tworzenie kampanii reklamowych, których stylistyka oddawała dynamiczny rozwój mody i kreowała zmiany wizerunku milionów kobiet, na przełomie lat.

Pośród wielu inicjatyw holdingu znajduje się również „MM Magazine”, który powstaje już od 16 lat. Od 1989 roku za jego pośrednictwem Max Mara komunikuje się z czytelnikami na całym świecie, prezentując swoją wizję mody na błyszczących stronach tego wyjątkowego magazynu. „MM Magazine”, ukazujący się co 6 miesięcy, traktuje nie tylko o modzie, ale także o pięknie, sztuce, aranżacji wnętrz i aktualnościach z całego świata. Twórcy magazynu przywiązują wielką wagę zarówno do jakości zdjęć, jak i do treści artykułów. Magazyn wydawany w ilości 500000 egzemplarzy dystrybuowany jest głównie za pośrednictwem salonów Max Mara, a od 1995 roku dostępny jest także w punktach sprzedaży prasy. W 1992 roku do „MM Magazine” dołączyło skierowane do klientek marki Marina Rinaldi pismo „MR Magazine”. Max Mara Fashion Group wydaje także katalogi, foldery i przewodniki prezentujące w każdym sezonie nowe kolekcje działających w ramach grupy marek.

Niezwykle istotne dla rozwoju marek Max Mara są badania przeprowadzane wśród klientów oraz odpowiednia dystrybucja, dzięki której ubrania Max Mara idealnie spełniają oczekiwania najbardziej wymagających kobiet.

**1951** We Włoszech powstaje firma Max Mara

**1983** Max Mara wprowadza z sukcesem politykę filii i francyz na całym świecie

**1989** Powstaje firmowy magazyn „MM Magazine”; magazyn wydawany w nakładzie 500 000 egzemplarzy dostępny jest w butikach Max Mara

## To, czego nie wiedziałeś

★ Ubrania Max Mara królują na światowych wybiegach. Pokazy marki odbywają się w ramach najbardziej prestiżowych wydarzeń świata mody, takich jak New York Fashion Week czy Milan Fashion Week.

★ Nazwa Marina Rinaldi pochodzi od nazwiska babci założyciela Max Mary Achille Maramottiego, która w XIX w. prowadziła we Włoszech eleganckie atelier.

★ Salony marek działających w ramach grupy Max Mara znajdują się w najbardziej prestiżowych punktach miast na całym świecie. W Polsce butiki Max Mara znajdują się min.: w Łodzi przy ulicy Piotrkowskiej 45, w Poznaniu w Starym Browarze, w Warszawie przy ulicy Nowy Świat 1, a także w Atrium Tower przy al. Jana Pawła II 27.

#### Kontekst rynkowy

W latach 60. XX wieku powstała, należąca do holdingu, spółka handlowa Maxima, która odpowiedzialna jest za flagowe punkty sprzedaży Max Mara. Od tej pory wizerunek marki komunikowany jest nie tylko przez media, lecz przede wszystkim w punktach sprzedaży. W roku 1983 Max Mara wprowadziła z sukcesem politykę filii i francyz. Po zdobyciu rynku włoskiego program francyz objął również dynamicznie rozwijające się rynki zagraniczne. Wizja przedsiębiorstwa, dzięki której firma odniosła sukces i stała się znana na całym świecie, jest wyraźnie obecna w jej salonach. Butiki marek Max Mara nie są jedynie zwykłymi sklepami, stały się też miejscami, w których rodzi się silna więź pomiędzy marką Max Mara i jej klientkami.

#### Osiągnięcia i perspektywy na przyszłość

Wartość obrotu holdingu Max Mara w roku 2004 wyniosła 1,05 mld Euro. Firma zatrudnia 4303 osoby i posiada 1928 salonów na całym świecie. W Polsce Max Mara obecna jest na rynku od 10 lat. Jej sieć liczy już 17 salonów usytuowanych w największych miastach kraju. Do roku 2009 działać będą na terenie Polski w sumie już 22 salony Max Mara.

**1995** Magazyn „MM Magazine” zaczyna być dystrybuowany także w salonach prasowych

**1992** Powstaje magazyn „MR Magazine” skierowany do klientek marki Marina Rinaldi.