

STEFANEL

STEFANEL GROUP



STEFANEL



Giuseppe Stefanel - Presidente ed Amministratore Delegato - Giuseppe Stefanel - President and Managing Director/CEO

Moda, nei fatti



Stefanel non ha confini, di nessun genere: è di casa in tutto il mondo; è sinonimo di libertà nel vestire, di una moda senza dogmi e ossessioni; è immaginazione e creatività. Ed è, allo stesso tempo, una realtà molto concreta, fisica: strutture, prodotti, persone, organizzazione. C'è un luogo che riassume perfettamente la 'dimensione' Stefanel: è il grande stabilimento in provincia di Treviso dove si concentra, per più di tre quarti, la sua produzione di maglieria. Qui la moda Stefanel prende rapidamente forma e le intuizioni diventano capi di abbigliamento che, in pochi giorni, raggiungono i punti vendita.

L'efficienza di una grande azienda al servizio di un lavoro fatto con passione, fantasia e qualità. Le stesse caratteristiche che hanno accompagnato l'intera storia di Stefanel, dalle origini a oggi.

Fashion, down to the last detail.

Stefanel: at home all over the world, Stefanel is synonymous with freedom in dressing, fashion which neither imposes nor obsesses. It's imagination and creativity. Yet at the same time, Stefanel is a very tangible, physical reality: shops, products, people, organisation. There is one place that epitomises the Stefanel spirit: our factory in the province of Treviso, where more than three quarters of Stefanel's knitwear is produced.

This is where Stefanel fashion is born; ideas are transformed into items of clothing, and in just a few days are on the shelves, ready for sale in our retail outlets.

This efficiency is the result of the passion, imagination and quality that have characterised Stefanel's history, from its origins to the present day.



Stabilimento di produzione maglieria Salgareda (TV) Italia - Knitwear factory - Salgareda (TV) Italy

Una storia di successo

L'avventura ha inizio nel 1959, quando Carlo Stefanel avvia, nella provincia trevigiana, la produzione di maglieria con il suo storico 'Maglificio Piave'.

Nei decenni successivi l'impresa avanza con successo lungo i binari tradizionali della produzione nazionale. Sono le innovazioni portate dal giovane Giuseppe Stefanel, negli anni settanta, che creano uno spartiacque nella storia dell'azienda. Una nuova attenzione per il marketing e una distribuzione al dettaglio: nasce il marchio Stefanel.

A success story

The Stefanel adventure began in 1959, when Carlo Stefanel started producing knitwear in his historic 'Maglificio Piave' factory in the province of Treviso. Over the following decades his business became a successful example of Italian production. However, it was the innovations brought in by the young Giuseppe Stefanel in the seventies that marked a turning point in the company's history. Through fresh attention to marketing and retail distribution, the Stefanel brand was born.



Stefanel - Siena 1980





Stefanel - Düsseldorf

Nel 1980, a Siena, apre il primo negozio 'targato' Stefanel.

Due anni dopo, è già Parigi.

Tra l'82 e l'84, Stefanel diviene la ragione sociale della società.

Nello stesso decennio, il fatturato dell'azienda e la sua presenza sul territorio nazionale ed internazionale vedono un progressivo e costante incremento.

Allo sviluppo industriale si accompagnano una serie di importanti iniziative finanziarie, che portano la società, nell'87, alla quotazione nella Borsa di Milano.

Sul finire degli anni ottanta, grazie a una serie di acquisizioni ed accordi internazionali, Stefanel è ormai un grande Gruppo industriale.

In 1980 the first Stefanel shop opened in Siena.

Paris followed barely two years later.

By 1984 "Stefanel" was our registered name.

During the eighties, both the company's national and international sales increased steadily.

Our industrial development was accompanied by a series of important financial initiatives, leading to listing on the Milan Stock Exchange in 1987.

By the end of the eighties, thanks to a series of acquisitions and international agreements, Stefanel had become a large industrial group.



Stefanel - Nagoya - Tokyo



Esercizi di stile. Libero

Al passo coi tempi, senza scadere nell'effimero, offrendo collezioni di abbigliamento adatte a ogni situazione, sempre e comunque ispirate ad uno stile di vita gioioso, solare: ecco le priorità Stefanel.

Un'idea di eleganza moderna, fresca, capace di aggiornarsi e reinventarsi continuamente.

Nel segno della libertà.

Libertà di forme e di colori, libertà dell'intelligenza creativa.

Al servizio di consumatori che, a loro volta, diventano più liberi di scegliere, di essere se stessi. Stefanel ha una personalità forte e inconfondibile, ma non 'autoritaria'. Non si impone, si fa preferire, perché sa rispettare e valorizzare la personalità di coloro a cui si rivolge.

Exercises in style. Freestyle

Freedom is the real distinguishing feature of the brand. From knitwear, which has always been Stefanel's star product, to the production of accessories.

Stefanel is in step with the times, without giving in to passing fads, providing clothing suitable for every occasion, inspired by a joyful, sunny lifestyle.

These are Stefanel's priorities: a fresh, modern approach to elegance, constantly updated and reinvented, flying the colours of freedom.

Freedom of colours and shapes, the freedom of creative intelligence at the service of our customers, who, in turn, are free to choose, to be themselves.

Stefanel has a bold, unmistakable personality, but it's not authoritarian.



È questo il vero tratto distintivo del marchio. Nella maglieria, da sempre punta di diamante di Stefanel, come nella produzione di accessori.

Stefanel is not imposed but chosen, because it respects and values the personality of those it is intended for.



Affidabilità, dinamismo, qualità

Al nome Stefanel si addicono due aggettivi: affidabile e dinamico.

Affidabile perché è un nome noto a tutti, che ci accompagna nell'evoluzione delle nostre esigenze e dei nostri gusti, dimostrandosi sempre in grado di soddisfarli.

Dinamico per la versatilità delle sue collezioni, per quella continua, riuscita alchimia che genera uno stile sempre riconoscibile eppure capace di rinnovarsi costantemente.

Tutto questo, ovviamente, non sarebbe possibile senza un apparato industriale e commerciale solido e ben collaudato, una distribuzione attenta e un occhio di riguardo per ogni singolo negozio, vera e propria bandiera del marchio.

Dependability, dynamism, quality

The two words that best describe Stefanel are dependable and dynamic.

Dependable because it's a brand we all know, evolving as our needs and tastes evolve, always managing to satisfy them.

Dynamic because of the versatility of its collections, because of that ongoing alchemy it somehow carries off, which creates a style that is always recognisable but at the same time undergoing constant transformation.

Obviously, none of this could happen without the backup of solid industrial and business mechanisms, a rigorous supply chain and a close eye on each and every shop, the real flag bearers of the brand.







E non sarebbe possibile senza un fortissimo 'orientamento alla qualità'. Che si applica, senza compromessi, in ogni fase della realizzazione di un prodotto: dalla selezione dei filati e dei tessuti ai processi produttivi, fino al controllo finale. Tutto con il sostegno di strumenti ad alta tecnologia, certo, ma soprattutto con una motivazione alla qualità che è condivisa da ogni persona di Stefanel.

Nor could it happen without strict quality control, applied without concession to all phases of production: from the selection of yarns and materials, through all the production processes, up to the final checks. All supported by hi-tech instrumentation, of course, but above all by the devotion to quality shared by everyone at Stefanel.





Stefanel - Moscow exhibition



Persone vere

Nel produrre moda, è difficile ‘mantenere l’equilibrio’.

Difficile restare ragionevolmente distanti da proposte élitarie e inaccessibili, e allo stesso tempo scongiurare le facili lusinghe del mercato di massa, di quel “tutto per tutti” che, molto spesso, appiattisce il gusto e svilisce la qualità.

Stefanel riesce, da più di trent’anni, ad assicurare questo equilibrio.

Ci riesce grazie a una costante capacità creativa, che si sa aggiornare e non perde mai di vista i gusti e le richieste delle persone. Non crea nuovi e futili bisogni. Sa interpretare quelli che esistono. E risponde, con sicurezza.

Real people

It can be hard to strike the right balance in the fashion business.

Hard to maintain a safe distance from elitist and inaccessible ideas, all the while withstanding the blandishments of the mass market, that “everything for everyone” trap, that dumbs down good taste and ruins quality.

Stefanel has walked this tightrope for more than thirty years.

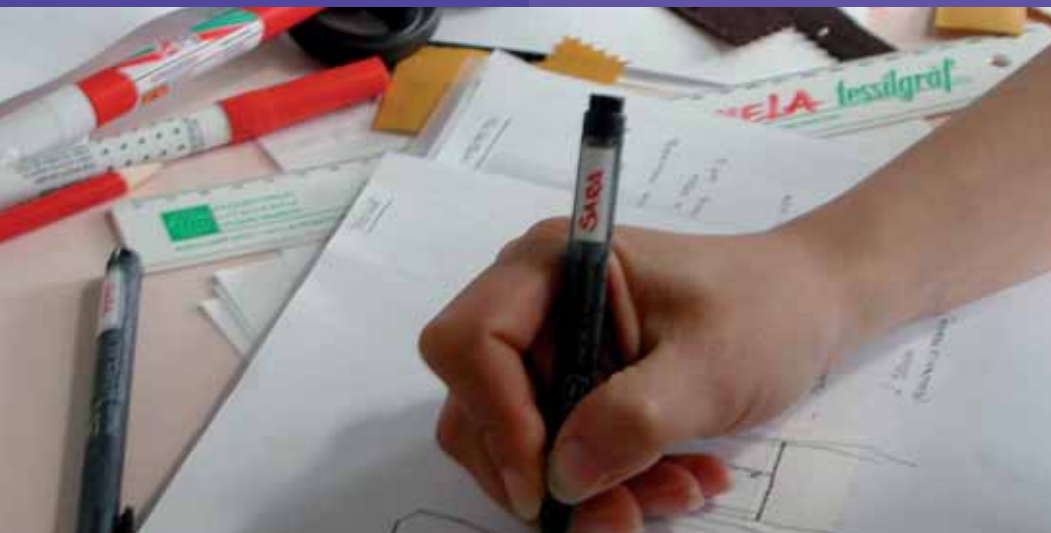
It has succeeded thanks to constant creative talent, that knows how to renew itself and never loses sight of people’s tastes and requests. Far from creating new and useless needs, it interprets existing ones. And reacts promptly.

Stefanel si rivolge a persone ‘vere’: donne e uomini dinamici, che sanno distinguere tra eleganza e snobismo. Persone che affrontano la vita con la necessaria determinazione e l’indispensabile ironia.

Nella molteplicità dell’offerta, è in particolare alle donne che si rivolge, trovando le interlocutrici ideali nella fascia di età tra i 20 e i 35 anni. È sulle loro esigenze che Stefanel modella buona parte della sua produzione, sulla costante mediazione tra successo e divertimento, tra carriera e tempo libero.

Stefanel - made for real people by people like themselves: dynamic men and women, who know the difference between elegance and snobbery, people who face life with just the right degree of determination and a touch of humour.

In the wealth of choice it offers, Stefanel aims especially at women, primarily in the 20 to 35 age group. It’s in response to their requirements that Stefanel targets most of its production, on their need to reconcile success and fun, career and leisure.





Gli spazi Stefanel

Europa (tutta), Russia, Sud Africa, Emirati, India, Corea, Giappone, Taiwan, Australia, Messico e Colombia... E altro ancora. In 40 paesi del mondo c'è almeno un negozio Stefanel. E, dovunque, è una realtà riconoscibile e per molti aspetti unica. Lo è da sempre: impossibile confonderlo.

L'idea è semplice e geniale: il negozio, in sé, come principale veicolo promozionale e pubblicitario.

Quale mezzo migliore per comunicare con le persone, dare un'immagine chiara, unitaria?

Per questo, nulla è lasciato al caso.

Non solo le vetrine, primo elemento di visibilità, ma anche la stessa superficie dei negozi e la loro ubicazione sono elementi costanti, studiati per essere un manifesto di 'stile'.

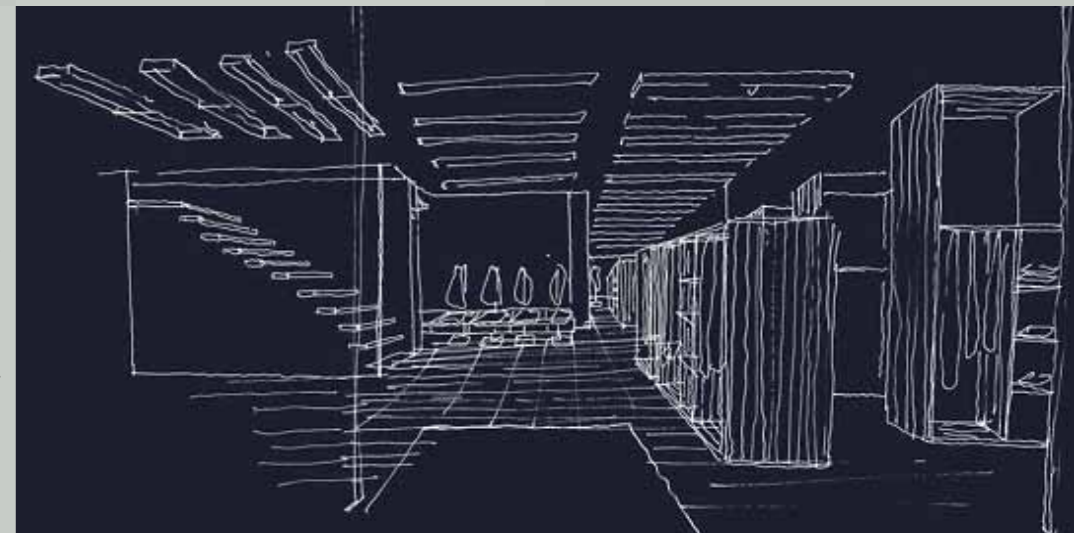
Stefanel spaces

Throughout Europe, in Russia, South Africa, the United Arab Emirates, India, Korea, Japan, Taiwan, Australia, Mexico, Colombia... in 40 countries round the world there's at least one Stefanel shop. And everywhere, it's a recognizable and in many ways unique entity. It always has been: you can't mistake a Stefanel shop for anything else.

The idea is simple but ingenious: the shop itself is the principle promotional and publicity media. What better way could there be to communicate with people, to convey a clear, unified image?

That's why nothing is left to chance.

Not just the shop windows, the most visible element, but the surface area and location of the shops conform to precise specifications, intended as a style manifesto.





Un'attenzione speciale è dedicata agli arredi, progettati da architetti di fama internazionale secondo criteri di funzionalità e modularità, con grande cura dei particolari. Semplici e, neanche a dirlo, raffinati. Di una raffinatezza, però, che non intimidisce. Per il consumatore (per ogni consumatore) il negozio Stefanel è 'facile': accogliente, pratico, confortevole. Un luogo d'incontro nel quale si può trovare, senza alcuna difficoltà, a suo agio.

Immagine e filosofia espositiva coerenti, dunque; architetture pensate con cura, mai casuali; ambienti amichevoli e garbati, dove i clienti 'sentono' l'attenzione che è loro riservata.

Il negozio Stefanel comunica. E il messaggio è un mix di fantasia, qualità, equilibrio, affidabilità. Dovunque, a ogni latitudine.

Special attention is paid to the shop fittings, designed by internationally famous interior designers, with great attention to detail. Functional and modular, the impression is simple and refined. A refinement that is welcoming, not intimidating. For the customer, a Stefanel shop is 'user friendly': open, practical, comfortable. A meeting place where it's easy to feel at home.

Image and display philosophies dovetail perfectly; carefully conceived designs create friendly and gracious environments, where customers can feel that everything is for their comfort.

A Stefanel shop communicates. And its message is a blend of imagination, quality, balance and dependability. Everywhere, worldwide.





Donne & uomini

L'attenzione al consumatore è ben più di uno slogan. È comportamento quotidiano. Quello delle donne e degli uomini che partecipano al progetto Stefanel, che lo sanno tradurre in gesti e azioni.

Sono i partner commerciali, retailer selezionati per le loro capacità e per la provata affidabilità. Il loro ruolo è decisivo per il successo duraturo del marchio.

Sono i collaboratori dell'azienda, persone qualificate e formate per dare il massimo. Mai semplici esecutori, e nemmeno passivi interpreti di una 'filosofia' aziendale elaborata da altri: la storia di Stefanel la scrivono loro, ogni giorno, con la loro passione ed energia. In prima persona. Esattamente come Giuseppe Stefanel, imprenditore 'atipico', che condivide a tempo pieno le attività della sua azienda.

In prima linea, come tutti.

Women and men

At Stefanel, customer care is more than just a slogan. It's day-to-day behaviour.

The women and men involved in Stefanel translate "customer care" into concrete words, gestures and actions.

These women and men are our business partners, retailers selected on the basis of their proven capability and reliability. Their role is critical for the continuing success of the brand.

These women and men are our company personnel, qualified and trained to give their best.

They never just carry out or passively interpret a company philosophy handed down by others, but write the Stefanel story in person every day with their passion and energy. Just like Giuseppe Stefanel, committed on a full-time basis to the running of his company. On the front line, like everyone else.





Stefanel - Parigi



Stefanel - Milano



Comunicare

Stefanel prende sul serio i consumatori, cioè i suoi più diretti interlocutori.

Nel presentare una nuova collezione, o in ogni campagna pubblicitaria, il marchio non celebra se stesso. Gli interessa di più 'parlare', farsi capire, conquistare l'attenzione e la simpatia. Comunicare.

Lo fa come ci si aspetta lo faccia Stefanel.

Con naturalezza, allegria e buon gusto.

E con la consueta, maniacale attenzione alla qualità e ai particolari. Stefanel prende sul serio la comunicazione. E si vede.

Communicating

Stefanel takes its end customers, with whom we have the most direct contact, very seriously indeed.

Whether presenting a new collection, or in any of our advertising campaigns, the brand is never self-indulgent. We are more concerned with listening and being understood, capturing your attention and getting a positive reaction. Communicating.

We do it the way you'd expect Stefanel to do it. Naturally, with good humour and good taste. And with the usual careful attention to quality and details. Stefanel takes communication seriously. And it shows.



STEFANEL

Stef@nel

Un doveroso omaggio all'attualità? Molto di più. Stefanel attribuisce una grande importanza al web e, più in generale, alla comunicazione on line. È un modo diretto, e molto efficace, per entrare in relazione con il consumatore, reale o potenziale. Ed è, anche, un formidabile strumento di lavoro. Permette per esempio di gestire con efficienza e grande tempestività i rapporti con i punti vendita, garantendo una comunicazione "a due vie". Per capire, in tempo reale, come evolve il mercato; per prendere decisioni e condividerle immediatamente con i partner.

A normal response to today's world? Much more than that. Internet, the Worldwide Web and online communication in general are very important to us, as direct and effective ways of getting in touch with both present and potential customers. This extraordinary tool also allows contacts with the sales outlets to be handled efficiently and promptly, ensuring two-way communication. So that we can understand, in real time, how the market is evolving, make decisions and share them with our partners immediately.



