

..... KDE OBLEČIETE

CELÚ RODINU?

Viete si predstaviť, že máte „rodinného lekára pre obliekanie“, ktorý vás navštevuje, pozná váš šatník a zabezpečí odevy na mieru pre celú rodinu? O odievaní rodín úspešných mužov hovorí Marek Liso, riaditeľ Marco Mirelli.



Úspešní ľudia vedia oceniť služby, ktoré sú na vysokej úrovni, kde k nim majú osobný prístup a komplexne sa o nich starajú. Platí to aj v prípade celých rodín?

Platí. Už od dávnej minulosti bolo vo svete bežné, že spoločensky úspešná rodina mala na zabezpečenie svojich potrieb v každej oblasti svojho života vzťah s konkrétnym človekom. Ten sa jej staral o uspokojenie potrieb v danej oblasti. Najnázornejším príkladom poskytovania takejto privátnej služby postavenej na vzťahu dôvery je rodinný lekár. Väčšina ľudí musí ísť za lekárom, ale rodinný lekár príde za vami. Takýto vzťah dáva človeku istotu, že vo chvíli, keď to bude potrebovať, má sa na koho obrátiť. Daný človek je mu vždy k dispozícii. A takúto službu sa snažíme našim klientom poskytovať aj my v Marco Mirelli. Službu založenú na dôvere, profesionalite, spoľahlivosti a permanentnej dispozícii.

KONCEPT STAROSTLIVOSTI O MUŽOV ROZŠÍRILI V MARCO MIRELLI NA STAROSTLIVOSŤ O ODIEVANIE CELÝCH RODÍN ÚSPEŠNÝCH MUŽOV.

Prečo ste sa rozhodli upriamiť pozornosť aj na rodiny? Vaša firma Marco Mirelli je známa najmä komplexnou starostlivosťou o odievanie úspešných mužov.

Keď bola naša dcéra Eliška malá, pozerávali sme spolu rozprávku Lilo & Stitch, kde raz Lilo povedala, že „ohana“ je rodina. A rodina znamená nikoho neopustiť a nezabudnúť. A naozaj, starostlivosť o rodinu, o jej bezpečie, istotu, ale aj zdravie, vzdelanie, stravu, obliečenie, hoby a zážitky, patrí u mnohých úspešných ľudí k zmyslu ich života. Z toho vychádzame aj my pri rozširovaní nášho konceptu starostlivosti o odievanie úspešných mužov. Dnes by sme ho už mohli nazvať starostlivosť o odievanie rodín úspešných mužov. Niekedy, kým sme ešte neboli pripravení, sme hovorili, že sa

nechceme púšťať do všetkého. Každý produkt totiž je niečím špecifický, najmä z pohľadu schopnosti uspokojiť klienta. Preto sme si povedali, že je lepšie byť najlepší v jednom produkte ako byť priemerný vo viacerých. Dnes to už neplatí. Tri roky sme sa pripravovali na rozšírenie portfólia produktov so zameraním na ženy a deti. A dnes môžeme povedať, že sme pripravení ponúkať túto službu a produkty na mieru na vysokej profesionálnej úrovni pre všetkých členov rodiny.

Môžeme vidieť takúto cestu aj v prípade špičkových zahraničných firiem?

Určite, tento koncept badať u všetkých svetových značiek. Ak aj boli niekedy primárne zamerané na mužskú alebo dámsku módu, dnes svoje portfólio produktov rozširujú na módu viacgeneračnú a obojpohlavnú.



Inšpirovali vás práve zahraničné značky v tom, aby ste svoje produkty zamerali nielen na mužov, ale aj na ženy a deti?

Nie, nás dovedli k tomuto rozhodnutiu naši klienti, teda ich požiadavky. Chceli, aby nielen oni, ale aj ich ženy a deti mali rovnakú možnosť dať si ušit' odevy na mieru v profesionálnom vyhotovení a kvalite. Slovenské dámy a ich deti majú možnosť nakúpiť si buď len konfekčné odevy od svetových značiek, alebo sa môžu obrátiť na nejakú krajčírku. A preto my dnes už aj pre ženy, ktoré nie sú zamerané výslovne na módne „vychytávky“ a trendy, prinášame koncept tvorby individuálneho štýlu rovnakých parametrov, ako ho ponúkame mužom. Základom tohto konceptu sú dámske biznis kostýmy, kostýmy na spoločenskú príležitosť, smokiny, saká, kabáty a košele.

Znamená to, že ženám ponúkate mužskú módu? Ako tomu máme rozumieť?

Určite nie. Jednoducho sme dnes pridali do portfólia našich produktov šitých na mieru aj dámske odevy, inšpirované pánskym biznis štýlom, v ktorých žena zároveň zostane ženou v celej svojej kráse a elegancii. Hovorí sa, že muž je najkrajší v obleku a ak dodrží určité pravidlá, je vždy dobre oblečený. Ženy majú na výber druhovo pestrejšie oblečenie a keďže dostali do daru prirodzené estetické cítenie, majú si, vzhľadom na ponuku na trhu, z čoho vyberať a tvoriť si tak vlastný štýl. Čo však na trhu chýba, sú štýlové biznis kostýmy z tých najkvalitnejších prírodných materiálov. Trh dnes ponúka najmä kostýmy z polyesteru, ale





keď ženy zažijú komfort nosenia kostýmov z prírodných materiálov, cesta späť k polyesterom nevedie. A to sme identifikovali ako priestor pre Marco Mirelli.

Aj na to vás motivovali požiadavky klientov?

Áno, ale aj naša osobná skúsenosť. Už asi pred 12 rokmi som manželke Mimi daroval pero Mont Blanc, limitovanú edíciu Marlen Dietrich, kde spona na vrchnáku pera má tvar kravaty. Už vtedy sa nám páčil pánsky biznis štýl v ženskom vyhotovení, ktorého bola Marlen Dietrich nositeľkou a ikonou. Jej štýl predstavoval spojenie dámskej elegancie s pánskym štýlom. Krásne tvarované nohavicové kostýmy, ktoré zvýrazňovali ženské krivky, boli ušité z prírodných materiálov, z ktorých sa šijú hlavne obleky. S Mimi sme boli na udeľovaní ocenenia Právnická firma roka a náš priateľ David Soukeník nevedel pochopiť, prečo je môj oblek a kostým Mimi z toho istého materiálu. Naším zámerom však bolo ukázať, ako z rovnakého materiálu, určeného na obleky, vyzerá rovnako dobre muž v obleku, ale aj žena v kostýme.

Nevedie voľba pánskeho biznis štýlu k znižovaniu prirodzeného ženského sexappealu?

Pánsky biznis štýl pre ženy neznamená, že zo ženy sa stane mužatka. Práve naopak. Ak neberieme do úvahy spoločenskú šaty, v ktorých je žena najviac ženou a šaty podporujú jej ženskú krásu, tak práve tvarované nohavicové či sukňové biznis kostýmy na mieru, s vestami a košelami, dotvorené dámskou kravatou, aspotom alebo šatkou, zdôraznia jej sexappeal. Viete si predstaviť vašu manželku na plesie nie tradične v šatách, ale v sexy dámskom bielom, čiernom alebo červenom smokingu à la Kim Basinger? Nechajte sa unášať predstavivosťou a my ju naplníme.

Spomínali ste aj starostlivosť o obliekanie detí. To je úplne špecifická kategória. Prečo ste sa pustili aj týmto smerom a čo všetko viete pre deti ponúknuť?

Každý otec je rodičom, ktorý sa vidí vo svojich deťoch a deti zas majú svoj vzor v rodičoch. Počas našej existencie sme sa už veľa krát stretli so situáciou, keď otec dal urobiť rovnaké oblečenie aj synovi, pretože tým chcel vyjadriť rodinnú spolupatričnosť a hrdosť na svoje dieťa. Najviac sa to prejavuje pri spoločenských rodinných akciách typu stužková, promócia, svadba či životné výročie. Najmenšie dieťa, pre ktoré sme šili odev na mieru, nemalo ani 1 rok. Rodičia sa brali až po jeho narodení a keďže otec mal svadobný žaket, tak aj synovi sme ušili žaket na mieru. Síce ešte nechodil, ale štýl už mal, aj keď o tom ešte nevedel. Vzhľadom na skúsenosti a požiadavky klientov sme sa pri deťoch obmedzili len

na mužské pokolenie a v tomto prípade ponúkame chlapcom rovnakú škálu produktov, ako ich otcom. Okrem toho špeciálne pre deti, ktoré študujú v zahraničí, šijeme na mieru školské uniformy a klubové saká školy.

Rozhodli ste sa rozšíriť portfólio vašich produktov na ženy a deti. Priniesli ste niečo špeciálne aj pre mužov?

Základom starostlivosti o odievanie muža zostávajú odevy na mieru podľa spoločenskej a profesijnej etikety odievania. Ale dávame mu už aj možnosť objavovať nové, originálne prvky v jeho odievaní. Pre nás to znamená ponúkať službu v rámci „personalizácie na mieru“. Aby výsledkom tejto služby bol originálny jedinečný produkt, v ktorom bude zhmotnený pocit, myšlienka a túžba odlíšiť sa, respektíve mať niečo, čo má vyššiu emocionálnu hodnotu.

Ako však takúto originalitu dokážete zabezpečiť?

Na vytvorenie originálneho diela, tak ako v každej oblasti tvorby, potrebujete nástroje. My vytvárame takýto originál napríklad pomocou potlačí, či už vrchného materiálu alebo podšívok, na ktoré vieme preniesť rôzne motívy a farby. Či už čierobiele alebo farebné fotky detí a miest, alebo vlastné iniciály, logá firiem, vlajky štátov a podobne. Veľmi zaujímavú možnosť na vytvorenie originálneho personalizovaného diela ponúkajú výšivky. Taktiež môžu byť rôznych veľkostí, farebnosti a motívov. Na strednej škole nás učili, že iniciatíva sa hodnotí kladne a fantázii sa medze nekladú. V tomto prípade môžeme hovoriť o tom, že kreatíve sa medze nekladú. Ľudia majú radi jemnosť, estetickosť, ale nie gýč. Preto umením je, aby výsledkom bolo napríklad oku lahodiace originálne sako, v ktorom sa nebudete musieť báť ukázať v spoločnosti, ale budete mať pocit výnimočnosti.



KLIENTI CHCELI, ABY SI AJ ICH ŽENY A DETI MOHLI DAŤ UŠIŤ ODEVY V PROFESIONÁLNYM VYHOTOVENÍ A KVALITE.

