# MANUEL RITZ

- L'AZIENDAThe Company
- LA STORIA History
- 12 IDENTITÀ Identity
- COLLEZIONE Collection
- POSIZIONAMENTO Positioning
- DISTRIBUZIONE Distribution
- SHOWROOM Showroom
- BOUTIQUE Boutique
- TAILORING MODULAR SYSTEM Tailoring modular system
- COMUNICAZIONE Communication

## L'AZIENDA

#### The Company

La Manifattura Paoloni spa è un'azienda di moda italiana operante in diversi settori dell'ambito fashion. Rinomata per la sua alta specializzazione nella produzione del capospalla, rappresenta il fiore all'occhiello di uno dei poli manifatturieri del territorio marchigiano. La forza del gruppo risiede nel mix sapiente fra artigianalità, manufatto e tradizione che si sposano con l'innovazione, la ricerca e il design. Il forte carattere italiano che la contraddistingue nell'ambito della produzione e della creatività, non ha impedito alla Manifattura Paoloni di sviluppare un'efficace vocazione internazionale in termini distributivi e di marketing. L'attività è caratterizzata da una struttura manageriale fortemente organizzata dove al centro è posta l'individualità e la peculiarità del singolo. L'azienda crede fermamente nella qualità del lavoro e della vita dei propri collaboratori, che si sentono parte di un progetto, di una visione e di un sogno aziendale a cui ognuno partecipa. Il senso di partecipazione e partenariato sono sviluppati a tutti i livelli sia all'interno dell'azienda, che all'esterno; dai laboratori e faconisti coinvolti nel processo produttivo, ai clienti, protagonisti di quello distributivo.

Flessibilità organizzativa, posizionamento differenziato, rapporto umano, cura e rapidità produttiva, controllo e precisione nella qualità dei flussi e delle consegne, sono gli elementi di forza della Manifattura Paoloni spa, che oggi è riconosciuta fra le migliori aziende di moda italiana per soddisfazione della clientela.

Manifattura Paoloni spa is an Italian fashion company working in different fields in the fashion setting. The company is renowned due to its high specialization in the outwear production, being the crowning point of one of the manufacturing centres of Le Marche Region. The strength of the group lies in the skilful mix among craftsmanship, items and tradition embracing innovation, research and design. The strong Italian character identifying the company in the field of production and creativity, has not prevented Manifattura Paoloni from developing an effective international vocation both in terms of marketing and distribution.

The activity is characterised by a strongly organised managerial structure where the individual peculiarity and uniqueness are at the very centre. The company believes in the quality of work and of the life of the people cooperating with it, who feel part of a project, of a view and of a company's dream in which everyone took part.

The sense of participation and partnership has developed at any level both inside and outside the company; from the workshops and outside contractors involved in the productive process, to the customers, the protagonists of the distribution one. Flexibility in organisation, differentiated placement, human relationship, care and quickness in production, check and precision in the quality of flows and in the deliveries: these are the strong points characterising Manifattura Paoloni spa, which is nowadays considered as one of the best Italian fashion companies due to its customers' satisfaction.



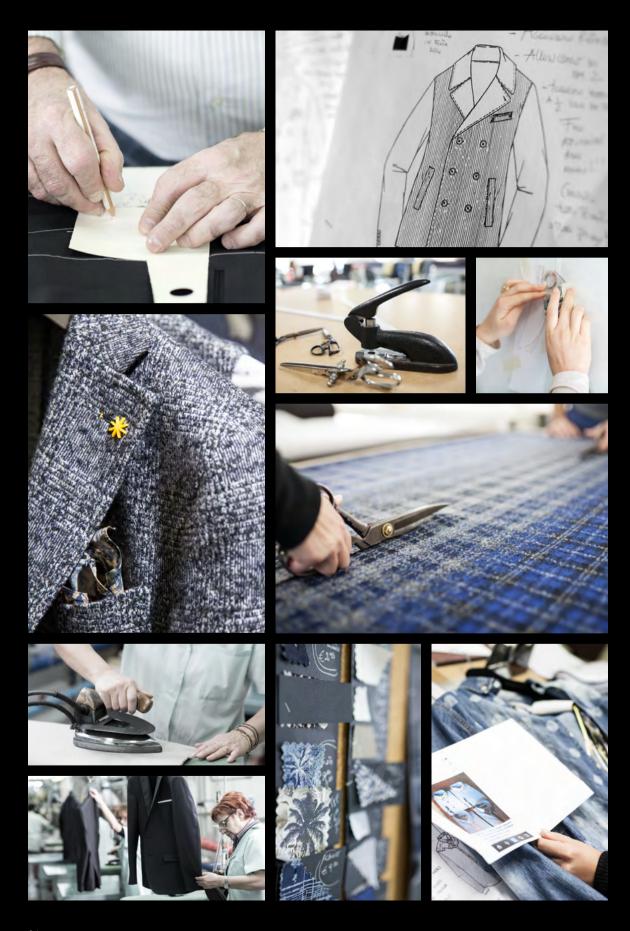












#### **PRODUZIONE**

Production

UFFICIO STILE

Style Department

#### REPARTO PROTOTIPIA

Prototype department

TAGLIO

Cutting

#### UFFICIO CAD DIGITALIZZAZIONE, SVILUPPO TAGLIE E PIAZZAMENTO

Cad department, digitalization, size development and placement

UFFICIO MODELLI

Pattern department

CONFEZIONE

Tailoring

STIRO

Ironing

# CONTROLLO QUALITÀ E COLLAUDO

Quality control and test

# LA STORIA

## History

La Manifattura Paoloni Spa ha acquisito il marchio e negli anni ha attuato una puntuale strategia volta alla costruzione di una brand awareness forte e coerente, sviluppando investimenti crescenti in ricerca e sviluppo e attività di marketing. Parallelamente è stato attuato un importante processo di brand extension accreditando così il marchio come total look dinamico e originale. alla costruzione di una brand awareness forte e coerente, sviluppando investimenti crescenti

in ricerca e sviluppo e attività di marketing. Nel 2008 il marchio diventa Manuel Ritz, per rispondere all'esigenza di rendere più immediata la riconoscibilità e nello stesso tempo mantenerne gli aspetti distintivi e la storia.











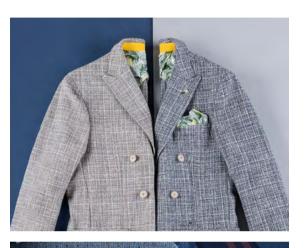








The company Manifattura Paoloni Spa purchased the brand and through a decisive strategy built of a strong and consistent brand awareness, developing growing investments in research and development and marketing activities. At the same time an important brand extension process has been carried out, validating the brand as a dynamic and original total look. In 2008 the brand turned into Manuel Ritz, with the purpose of making it immediately recognizable and keeping at the same time the distinctive features and the history.









# IDENTITÀ

#### Identity

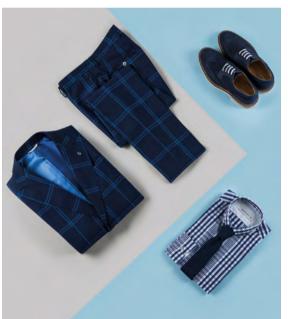
Manuel Ritz coniuga la tradizione sartoriale del Made in Italy con un uso non convenzionale e innovativo di materiali, forme, vestibilità e dettagli, creando un'immagine più attuale, fashion ed emozionale rispetto ai brand tradizionali.

Ogni collezione pur essendo sviluppata con una proposta nel suo insieme fortemente coerente e articolata, è composta da veri e propri pezzi unici caratterizzati da dettagli speciali e personalizzati, come fodere con texture disegnate in esclusiva e l'uso garbato del colore.

Stagione dopo stagione questo approccio creativo ha innescato meccanismi di attesa e aspettativa da parte dei consumatori. Questo permette al brand, non solo di essere identificato con uno stile fortemente riconoscibile che si riflette in maniera coerente su tutta la gamma dei prodotti; ma anche di sviluppare una forte fidelizzazione da parte della propria clientela. Dettagli decisi e inconfondibili a volte evidenti per chi sa osare e altri quasi celati, per chi invece predilige una discrezione sempre in grado di sorprendere e divertire. Tutto questo fa di Manuel Ritz il simbolo di un guardaroba maschile che, pur mantenendo un forte legame con la tradizione sartoriale italiana, riesce a sviluppare i trend più attuali senza mai perdere di vista il rapporto immagine, qualità e prezzo.

Manuel Ritz joins the Made in Italy tailoring tradition with a non-conventional and innovative use of materials, shapes, wearability and details, creating a more up-to-date look, fashionable and emotional in comparison to the traditional brands. Every collection even being developed through a strongly coherent and articulated proposal in its whole, is made of truly unique items characterized by special and customized details, like linens with exclusive patterned textures and the gentle use of colours. One season after the other, this approach has created some mechanisms of expectation and wait by the consumers. This enables the brand not only of being identified with a highly recognizable style reflecting coherently on the whole range of products, but also of developing a strong customerloyalty. Defined and unmistakable details sometimes evident for those who can dare and others almost hidden, for those who prefer a discretion always able to amaze and amuse. All this makes Manuel Ritz the symbol of a male collection of clothes that, even keeping a strong link with the Italian tailoring tradition, can develop the most up-to-date trends without ever loosing touch with the relationship among look, quality and price.











# COLLEZIONE

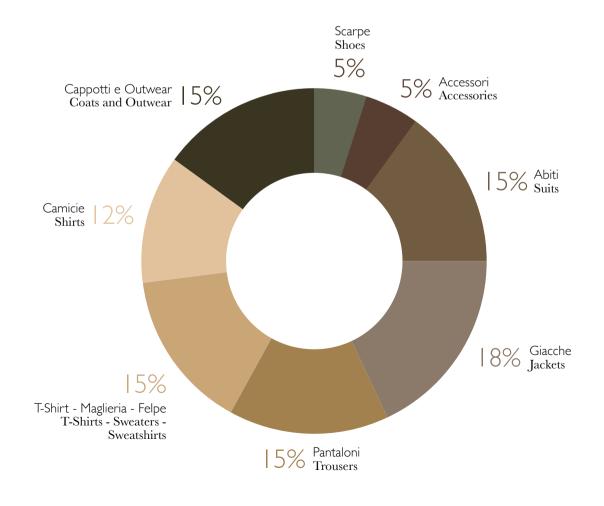
#### Collection

Manuel Ritz, grazie a un'articolata proposta di prodotti, rappresenta il vero brand di "exclusive italian total look".

La complessità della gamma offerta permette inoltre di soddisfare esigenze d'uso diverse tra loro anche su target differenti; e fanno di Manuel Ritz il compagno ideale da indossare in ogni momento della giornata e in ogni occasione.

Manuel Ritz, thanks to a well-structured proposal of products, represents the true "exclusive Italian total look" brand.

In addition the complexity of the offered range enables to satisfy the most different needs of use, even on different targets; and make Manuel Ritz the ideal partner to be worn at any moment of the day and for any occasion.



## POSIZIONAMENTO

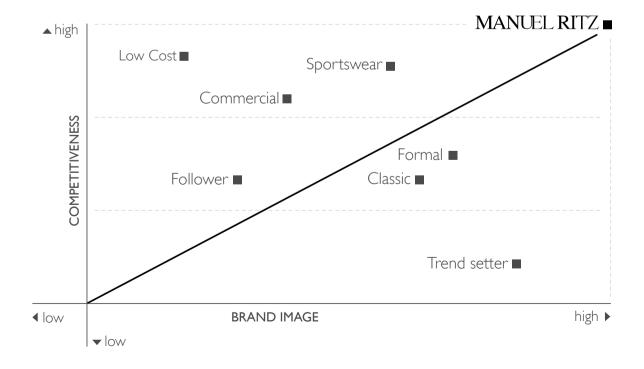
## Positioning

Il brand si rivolge a un target di clientela medio/ alta, caratterizzata da una forte trasversalità in termini di età, pur trovando nella fascia 35-45 il suo core target. L'obiettivo dell'azienda è di consolidare l'asset di Manuel Ritz all'interno di una strategia di "lusso accessibile", e quindi di coniugare al meglio l'elemento di prestigio e di esclusività, derivante dalla qualità, dall' immagine e dal livello della distribuzione con quello dell'accessibilità, legato alla diffusione ampia ma non massificata e del prezzo equilibrato.



The brand is devoted to a medium/high target of customers, characterized by a strong transversality in terms of age, though finding its core target in the 35-45 range. The company target is consolidating Manuel Ritz asset inside an "accessible luxury" strategy, and therefore joining the best way possible the element of prestige and exclusivity, coming from quality, look and level of the distribution with the one of accessibility linked to wide but not mass distribution and the balanced price.







### DISTRIBUZIONE

#### Distribution

Manuel Ritz, attraverso lo show room aziendale di Milano, in via Voghera 6, nel cuore della zona Tortona e una capillare rete commerciale di agenzie e distributori, è presente in quasi tutti i mercati internazionali.

Il marchio è oggi distribuito attraverso negozi plurimarca sia in Italia che fuori dai confini nazionali. La strategia commerciale in atto da alcune stagioni punta ad una crescente distribuzione all'estero sia per mezzo dell'apertura di nuovi mercati, che di una maggiore penetrazione all'interno dei mercati

già esistenti. In particolare, il "retail" rappresenta un elemento fondamentale della strategia di sviluppo del brand. In tale ottica a Gennaio del 2016 è nato il primo flagship store Manuel Ritz, in via Solferino I a Milano che segna il primo step verso un progetto di aperture di monomarca, corner e spazi dedicati da realizzarsi in partnership con altre realtà sia all'estero che in Italia. Il progetto nasce in particolare, dall'esigenza di fornire uno strumento operativo ai nuovi mercati dove il concetto di "multibrand" non si è ancora sviluppato.





Manuel Ritz, through the company showroom in Milan, located in via Voghera 6, the heart of the area called Tortona and a detailed commercial network of agencies and suppliers, it is present in almost all the international markets.

Today the brand is supplied through multi-brands shops both in Italy and abroad. The commercial strategy that has been developed for the last few seasons aims at a growing supply abroad either through the opening of new markets and through a diffusion inside the existing markets.

In particular, the "retail" is a fundamental element of the development strategy of the brand. Under this perspective the first Manuel Ritz flagship store was born in January 2016, located in via Solferino 1 in Milan and marking the first step towards a project concerning the opening of flagships stores, corners and devoted spaces to e realized in partnership with other companies both in Italy and abroad. In particular the project was born from the need to supplying an operative tool to the new markets where the concept of "multi-brand" is not developed yet.









### SHOWROOM

#### Showroom

Nel cuore di zona Tortona a Milano, in via Voghera 6, lo show room Manuel Ritz rappresenta il motore commerciale del brand, dove clienti nazionali e internazionali entrano in contatto con le collezioni che stagione dopo stagione vengono presentate con le attività strategiche del brand. I capi parlano attraverso uno spazio dove gli ambienti trasmettono il dna irriverente del brand che mixa la tradizione sartoriale del Made in Italy all'uso non convenzionale e innovativo di materiali, forme, vestibilità e dettagli creando un'immagine più attuale, fashion ed emozionale rispetto ai brand tradizionali. Le forme espositive esprimono infatti, il concetto di un'eleganza rivisitata in ottica più morbida, grazie ad un'armonia fra forme rigorose e richiami a icone della classicità italiana che vengono reinterpretate attraverso elementi di arredo.

La palette dei materiali, vede protagonisti l'ottone e il viroc nero, mentre i vetri colorati verde ottanio e rosso con i trasparenti si alternano nello spazio dalle cromie neutre.

In the heart of the area called Tortona in Milan. in via Voghera 6, Manuel Ritz's show room is the commercial driving force of the brand, where either national and international customers get in touch with the collections that are introduced every season and the strategic activities of the brand. The items express themselves trough a space, where also the location instil the irreverent dna of the brand that mixes the Made in Italy tailoring tradition with a non-conventional and innovative use of materials, shapes, wearability and details, creating a more up-to-date look, fashionable and emotional in comparison to the traditional brands. The architectural shapes express the concept of elegance revisited in a softer way, thanks to the harmony between rigorous forms and references to Italian classic icons reinterpreted through furnishing elements. The palette of materials focus on brass and black viroc, while the colored glasses green teal and red with transparent alternate in a neutral colors space.







# BOUTIQUE

## Boutique

La Boutique racchiude l'universo di un brand che con il proprio total look esprime l'eleganza di un uomo non convenzionale.

Lo store rispecchia attraverso il rigore delle forme, che permea tutto lo spazio, la volontà di far parlare collezioni altamente riconoscibili e personalizzate. Un rigore che esprime un'eleganza rivisitata in ottica più morbida.

Tradizione e innovazione si sposano in ogni angolo, grazie ad un'armonia fra forme rigorose e richiami a icone della classicità italiana che vengono reinterpretate attraverso elementi di arredo come il bancone da camiceria e le sedute arrotondate dalle cromie blu copiativo per l'area casual e cammello per quella formale.

The Boutique encloses the universe of a brand that through its total look expresses the elegance of a non-conventional man.

The store mirrors the will of letting the highly recognizable and customized collection speak, through the accuracy of its shapes dominating the whole space. An accuracy that expresses a revised elegance with a softer vision.

Tradition and innovation mingle in every corner, due to a harmony among thorough shapes and references to icons of Italian classicity that are reinterpreted through furnishing accessories like the shirt factory counter and the rounded ink-blue seats for the casual area and the camel ones for the formal part.





## TAILORING MODULAR SYSTEM

#### Tailoring modular system

II TAILORING MODULAR SYSTEM è un progetto di corner, pareti e shop in shop che nasce dall'esigenza di proporre nuove formule per rispondere alle richieste di un mercato in continua evoluzione, e si rivolge ai negozi multibrand che riconoscono Manuel Ritz come marchio di riferimento del total look maschile e percepiscono il retail marketing come forte volano per la vendita. Il vantaggio è quello di beneficiare all'interno del proprio punto vendita, della brand visibility di un marchio affermato, in crescente evoluzione, con un heritage molto forte e un ottimo rapporto qualità prezzo. Il progetto, pensato con una vocazione legata alla flessibilità e adattabilità si arricchisce di servizi come lo stock service continuativo, lo stock service stagionale, i cambi merce stagionali, i progetti vetrina customizzati e le attività pubblicitarie e geolocalizzate di supporto.

Non un semplice progetto di visual, dunque, ma una vera a propria partnership forte e duratura con un'azienda leader che intende accompagnare e supportare la propria clientela al fine di affrontare insieme le nuove sfide del mercato moderno. The TAILORING MODULAR SYSTEM is a project for corners, walls and shop-in-shop that was born from the need of proposing new formulas to answer to the needs of a market in an on-going evolution, and it is aimed at

multi-brand shops that acknowledge Manuel Ritz as the reference brand for the male total look and understand the retail marketing as a strong flywheel effect for the sale. The advantage is of benefiting inside one's point of sale of the brand visibility of a successful brand in an on-going evolution, with a very strong heritage and an excellent price-quality relationship.

The project, planned with a vocation linked to flexibility and suitability, is enriched through services like the continuative stock service, the seasonal stock service, seasonal barters, the customized shop window projects and the advertisement and geolocalised support activities.

Therefore not a simple visual project but a true strong and long-lasting partnership with a leader company that means to support and go with its customers in order to face the new challenges of the modern market together.





















## COMUNICAZIONE

#### Communication

La strategia di comunicazione di Manuel Ritz punta su un uso sapiente e dinamico dei media, concentrando gli investimenti in maniera trasversale per sfruttare al meglio la convergenza mediatica, e per connettere digital, mobile, social e outdoor. Sempre più decisa è l'azione di consolidamento dei rapporti con stylist, personaggi iconici e influencer nella moda.

Le attività di placement, endorsement e digital pr stanno producendo risultati di visibilità sempre più importanti, nell'ottica del native advertising e dell'entertainment marketing.

Ciò consente al brand non solo di godere di una notevole visibilità, ma anche di influenzare le scelte di stile dei consumatori attraverso i propri portatori d'opinione.

Manuel Ritz communication strategy aims at a skilled and dynamic use of the media, arranging the investments in a cross way to better exploit the media convergence, and to connect digital, mobile, social and outdoor. More and more determined is the consolidation action of the relationships with stylists, iconic celebs and influencers in the fashion world. The placement, endorsement and digital pr activities are giving results in terms of visibility that are more and more important, in the native advertising and the entertainment marketing perspective. This enables the brand not only of enjoying a remarkable visibility, but also to influence the style choices of the consumers through their opinion leaders.





















































Blair, Clinton,

Renzi e Valls.









































































# MANUEL RITZ

Manifattura Paoloni S.p.a. Via Enrico Fermi, 17 62010 Appignano (MC) Italy Tel. +39 0733 40007 Fax +39 0733 400007 www.manuelritz.com info@manuelritz.com