

MARELLA

MARELLA: STORIA DI UN BRAND IN CONTINUA EVOLUZIONE

La prima collezione **Marella** nasce a Reggio Emilia nel 1971. Concepita inizialmente per offrire un prodotto di alta qualità a un prezzo più accessibile, nel corso degli anni '80 ottiene un grande successo di mercato che porta la società a intraprendere un percorso autonomo all'interno del **Gruppo Max Mara**, diventando un'azienda indipendente il 7 Gennaio del 1988.

Negli anni '90, **Marella** cresce e rafforza la rete distributiva multi e monomarca in Italia, portando avanti i valori aziendali del Gruppo, quali tradizione e qualità, e rivolgendosi a un target più ampio. Una strategia che risulta vincente: il marchio si afferma in Italia e all'estero grazie a un'offerta di prodotto distintiva, curata nei dettagli, sempre rinnovata.

All'inizio degli anni 2000, alle tradizionali collezioni di programmato si affiancano le offerte in stagione; il brand evolve in chiave lifestyle con il lancio delle linee sport, tricot e accessori. **Marella** si presenta al mercato del prêt-à-porter femminile del nuovo millennio con numerosi punti vendita monobrand in tutto il mondo, proponendo all'interno dei suoi store total look e capi pensati per donne indipendenti e culturalmente vivaci, consapevoli del proprio stile anche sul lavoro e nelle occasioni formali. Nel 2012 nasce il primo ecommerce *marella.com*, che nel 2019 si aprirà anche al mercato USA, oltre a Europa e UK.

Il 2014 è un anno chiave per il marchio. Inizia un percorso di rinnovamento a partire da un nuovo retail concept firmato dal prestigioso studio CLS Architetti, che trova la massima espressione in occasione dell'inaugurazione del flagship store di 500 mq in Corso Vittorio Emanuele a Milano. Nasce il progetto **Marella ART. 365**, fashion formula del nuovo guardaroba femminile, che diventerà negli anni la collezione di punta del brand. Linee e forme contemporanee per capi di design multitasking e timeless realizzati in un unico tessuto, fluido e morbido, facili da mixare e personalizzare con infiniti accessori. Riconoscibile fin da subito per una palette minimale, basata sui due colori signature bianco e nero, **Marella ART. 365** introduce negli anni grafismi firmati da artiste e illustratrici internazionali, da Quentin Jones a Camille Walala, da Liselotte Watkins a Elena Salmistraro.

Nel 2020 **Marella** presenta la collezione **Marella Monochrome**, una proposta di daily wear urbano che si rivolge a una donna contemporanea e dinamica, alla ricerca di un'estetica sofisticata e immediata: capi essenziali e ricercati declinati esclusivamente in un'unica cromia, ideali per giochi di layering ton-sur-ton.

Nel 2022 si afferma un nuovo concept di comunicazione, *In Women We Trust*: non un messaggio estemporaneo, ma il risultato di un pensiero coerente e in continua evoluzione, così come le donne alle quali **Marella** si rivolge da sempre: uniche ma mai uguali a sé stesse. Nello stesso anno nasce la collezione **Marella Denim** che propone i fit più iconici - dal mom al bootcut, dal tomboy allo skinny - realizzati con materie prime eccellenti e a basso impatto ambientale, riaffermando la qualità come cifra distintiva del marchio fin dalle origini.

MARELLA

Il brand è sempre più focalizzato sulla necessità di stare al passo con lo stile di vita e le esigenze delle proprie consumatrici: l'offerta di servizi in ottica omnicanale e il lancio del nuovo ecommerce *marella.com* contribuiscono a offrire un'esperienza di acquisto seamless, personalizzata e fluida. Oggi il marchio è presente nelle principali capitali della moda e nei più importanti department store internazionali, grazie a una rete distributiva che conta 490 punti vendita monomarca e circa 5500 multimarca e corner nel mondo, estesa in 48 paesi e 4 diversi continenti.

IDENTITÀ E FILOSOFIA DEL BRAND

Al centro della filosofia del brand c'è un'identità femminile sfaccettata e mutevole che a partire dalla Primavera Estate 2024 assume il volto e la personalità di **Emily Ratajkowski**. La modella e attrice californiana, icona di una generazione di donne indipendenti e determinate, si è affermata come simbolo di una self confidence libera da giudizi e aspettative. La scelta di **Marella** testimonia ancora una volta la capacità del brand di sintonizzarsi in tempo reale con le esigenze in continuo mutamento delle donne di oggi, cogliendone il profondo desiderio di autoaffermazione: la volontà di decidere come mostrarsi, all'insegna di un'estetica che oscilla tra sensualità e naturalezza, rivendicando la propria libertà di scegliere. L'invito a tutte le donne ad avere fiducia in se stesse è coerente con il concept *#inwomenwetrust* che il brand ha lanciato nel 2022 e che ha visto come prima musa la top model italiana di fama internazionale **Mariacarla Boscono**, capace di incarnare la donna **Marella** nella sua identità più raffinata e consapevole, e successivamente **Irina Shayk**, interprete di una femminilità magnetica e seducente che non può - e non vuole - passare inosservata.

Marella ha saputo mantenere intatta la vocazione con la quale il brand è nato più di cinquant'anni fa: dar vita a una proposta creativa e versatile, di qualità e accessibile, che permettesse a ogni donna di esprimere la propria personalità e di sentirsi sé stessa in ogni situazione. Da sempre lo stile **Marella** sa esaltare la bellezza e la femminilità delle donne a cui si rivolge, perché le conosce profondamente e non ha mai smesso di ascoltarle. Donne consapevoli e impegnate, ma capaci anche di leggerezza e sensualità; donne impossibili da definire in modo univoco, uniche grazie alla loro personalità eclettica. Il brand si fa interprete di una life & body positivity che si esprime attraverso un modo di vestire quotidiano e immediato, un lusso effortless con un'attitudine glam, capace di mescolare lo star bene nel proprio corpo alla seduzione, la valorizzazione dell'heritage e la propensione al cambiamento. Più che uno stile codificato, **Marella** propone un modo di sentire, un desiderio di esprimere la propria femminilità facendosi guidare dal proprio istinto e dalla propria intelligenza. Una visione che si è incarnata alla perfezione nelle testimonial che hanno prestato il loro volto al brand dalle origini a oggi: nomi quali **Monica Bellucci**, **Jasmin Le Bon**, **Amber Valletta**, **Izabel Goulart**, **Milla Jovovich**, **Karlie Kloss**, **Miranda Kerr**, **Stella Maxwell**, **Faretta**.