

En pæn italiensk familie

Den italienske modebranche er domineret af familier, hvor flere er ved at gå op i sømmene. En af de mere sikre ejere bag Maxmara. Som én af Italiens rigeste familier er de ligesom deres tøj særdeles stabile

AF CAMILLA ALFTHAN

Det er ikke kun i mejeribranchen, at bølgerne for tiden går højt i Italien. I kølvandet på Parmalatskandalen er der også kommet fokus på de italienske modehuse. Branchen er nemlig domineret af familiefirmaer, hvoraf flere er vokset til multinationale brands. Flere af de kendte navne har desuden problemer med at tilbagebetale deres gæld.

Cerrutti hører til dem, som har mere lommeuld end finanser i de velsyede bukser, ligesom Gianni Versace, som på trods af sit glamourøse image må lide den tort, at udenlandske investorer ser skævt til dem.

Men også et velfungerende navn som Prada har fået problemer, efter at de i 90'erne opkøbte en række modehuse, som ikke har indfriet forvent-



Under familiens kontrol

Det er de tre Maramottibørn, som i dag sidder i Maxmaras topledelse, mens faderen, Achille, er formand for holdingselskabet, Maxmara Fashion Group. Selskabet er 100 pct. baseret på mode, mens moden tilsvarende kun udgør 40 pct. af et modehus som Benetton, som ejes af Italiens fjerderigeste familie.

Achille Maramotti har desuden investeret i bankforretninger og foruden at han bl.a. er hovedaktionær i den regionale bank, Credito Emiliano, er han også bestyrelsesmedlem i den indflydelsesrige CK Mediobanca, der i de seneste årtier har svækket den tidligere så indflydelsesrige Agnelli-familie. Familien besidder desuden en af Italiens største kunstsamlinger, bl.a. med værker fra renessancen og den italienske Novecento.

Med en formue på 2,2 mia dollar rangerer Maramottifamilien som Italiens femte rigeste efterfulgt af Giorgio Armani, hvis formue er 1,7 mia dollar. (Kilde: Forbes Magazine 2003).

2002 omsætning: 1,1 mia euro

Eksportandel: 52 pct.

Ansatte: 3.600

1790 butikker fordelt i 90 lande.

Danmark har siden 2001 været Maxmaras nord-europæiske hovedkvarter.

»Jeg hader ordet mode. Mode er for dem, som har penge, og som oftest søger en sikkerhed med kendte mærker. Men hvis du bærer for mange logoer, mister du din personlighed. En kvinde, som i stedet har sin egen stil, viser, at hun er sin egen herre. Ideelt foretrækker jeg, at kunden forstår tøjet, snittet og kvaliteten,« siger Luigi Maramotti.



FOTO: CAMILLA ALFTHAN

Maxmaras danske ansigt

Mens de fleste modehuse tjener mere på deres parfumer end på deres tøj, lancerer Maxmara i maj deres første parfume nogensinde. Som gallionsfigur er valget faldet på vestjyske Louise Pedersen, som er én af modehimmens absolutte stjerner. For fire år siden blev hun opdaget på vej til en jobsamtale som tjener i Norge, og sidenhen er det gået slag i slag. I efteråret dukkede hun op i seks internationa-

på trods af sit glamourøse image må lide den tort, at udenlandske investorer ser skævt til dem.

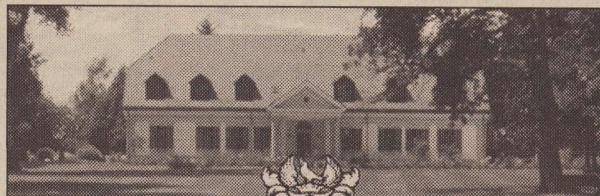
Men også et velfungerende navn som Prada har fået problemer, efter at de i 90'erne opkøbte en række modehuse, som ikke har indfriet forventningerne. Senest har de solgt ud af både aktier og ejendomme for at få bugt med gælden. En af de mest magtfulde familier er Maramottifamilien,



ideen foretrækker jeg, at kunden forstår tøjet, snittet og kvaliteten,« siger Luigi Maramotti.

FOTO: SCANPIX

vestjyske Louise T. Olesen, som er én af modehjemlens absolutte stjerner. For fire år år siden blev hun opdaget på vej til en jobsamtale som tjener i Norge, og sidenhen er det gået slag i slag. I efteråret dukkede hun op i seks internationale kampagner. Parfumen lanceres herhjemme med et stort show på Statens Museum for Kunst.



EUROPEAN LAKES GOLF & COUNTRY CLUB EUROPAS MEST ATTRAKTIVE INVESTERING

Nu har du muligheden for at investere i luksuslejligheder i den eksklusive European Lakes Golf & Country Club i det sydvestlige Ungarn.

Lejlighederne er ren luksus. Ikke kun på grund af omgivelserne ved det smukke historiske herresæde i Hencse, men også på grund af den flotte arkitektoniske udformning og håndværksmæssige kvalitet.

- Garanteret årlig indtægt på op til 6% af det investerede beløb
- Lejligheder i topkvalitet – alt i indretning og udstyr, inkl. aircondition
- PGA-godkendt golfbane (18 huller - par 72) – bygget med Augusta som forbillede
- Kun få timers transport fra Kastrup og Billund
- Helseklub, spa, termalbad og græstennisbaner
- Mulighed for masser af udendørsaktiviteter som f.eks. lystfiskeri, jagt, vandsport, udflugter m.m.
- Priser fra € 169.000

Vil du vide mere, så kontakt Morten Fich-Olsen på tlf. 98 37 80 10 eller info@centraleuropeanproperties.com

Central European
PROPERTIES
www.centraleuropeanproperties.com

som står bag Maxmara-modehuset, og som er Italiens femte rigeste familie. Der er ikke mange, der er klar over det, og sådan foretrækker Maramotti-familien det. Diskretion er en dyd i forretningerne ligesom i det klassisk-elegante tøj, de har bygget deres imperium på. Med en årlig omsætning på over en milliard euro er Maxmara vokset til Europas største modehus for kvindetøj.

Modehuset blev grundlagt i 1951 af Achille Maramotti, som fandt på at sælge tøj til udearbejdende kvinder, som ikke havde råd til skræddersyet tøj. Med Maxmara åbnede han nogle af landets første konfektionsbutikker. Hans hustru, Giulia, grundlagde en systole, som har spillet en stor rolle i modebranchen.

»Vores mor har påvirket os meget. Hun tænkte meget traditionelt og troede på, at uddannelse er basen til al begyndelse. Hun var også feminist og tilhænger af, at kvinder skulle tjene deres egne penge,« siger Maxmaras 46-årige overhoved, Luigi Maramotti, som sammen med

broderen Ignazio og søsteren Maria Ludovica i dag styrer familiefirmaet.

Familiens hovedkvarter ligger i Reggio Emilia, hvor 2.000 mennesker arbejder for modehuset – ikke langt fra det skandaleombruste Parma. Hver søndag mødes familien til frokost i Achilles hjem, som er et slot fra 1300-tallet, tapetseret med værdifulde malerier.

Udadtil holder man lav profil, og da Maxmara for tre år siden fejrede 50-års jubilæum, var det uden nogen form for festivitas. På modefronten dyrker man også en særlig anonymitet. Hver gang der har været en kendt designer, som har bidraget til kollektionerne, afslører man først navnet, når han er væk.

»Hos Maxmara dyrker vi brandet, ikke en enkelt designers ego,« siger Luigi Maramotti.

Familiens betydning

Grundstenen i Maxmaras identitet er i stedet familien.

»Firmaer kommer og går, men med en familie får man

en kontinuitet med den knowhow, som man giver videre gennem generationerne. Traditionen opstod under renessancen og er i dag et vigtigt fundament i det italienske samfund. Men i dag har de fleste firmaer ikke en realistisk indstilling til modeverdenen, de er ikke velstrukturerede og mangler en langsigtet vision,« mener Luigi Maramotti, som giver overtagerne skylden for, at modeverdenen går så stærkt.

»Modeverden er meget turbulent, og ting ændrer sig hurtigt. Men på samme måde som i designet tænker vi meget, før vi tager et skridt. Hvis man kommer ud med et drastisk statement og f.eks. siger, at brede skuldre er tilbage i moden, er det senere svært at ændre kurs. Hver gang vi gør noget, skal vi være sikre på, at det ikke bliver umoderne den næste sæson,« siger han.

Efter 53-års tænketid kommer modehuset til maj med deres allerførste parfume. Sidste år kom de på banen med deres egne nylonstrømper, men bortset fra det bliver man ved sin læst, som er at lave tøj til kvinder.

Da modehuset er privatejet, kan de tillade sig at koncentrere sig om deres egen vækst og deres egne produkter, modsat andre familieejede

huse, som er gået på børsen og som poster alle pengene på markedsføring.

Det er ikke kun i forretningerne, at familien forpligter. I fremtiden åbner Maramotti-familien et galleri for unge kunstnere i Reggio Emilia.

»Regeringen har nok med at tage sig af den historiske kunst, og derfor er det passende, at vi tager os af den moderne kunst. Ikke mindst da de unge generationer også skal kende til den side af kulturen,« siger Luigi Maramotti, som i øvrigt ikke er meget for at kommentere Parmalatskandalen. Ifølge ham er der i forvejen rigeligt med fordomme om Italien.

»Parmalatsagen var en isoleret hændelse med kriminelle mennesker. Selvfølgelig skal vi også tage ansvar. Vi skal arbejde med moralen og etikken og som udgangspunkt forvente, at den menneskelige natur er kriminel. Men det er alt sammen en balancegang. Der findes ikke nogen opskrift på en vellykket familieoperation,« siger Luigi Maramotti med et venligt skuldertræk.