

## MAX&Co. 2002: un nuovo modo di mettere in scena la moda

Scritto da Patrizia Musso

Ne abbiamo parlato con Luisa Laudi, Creative Director MAX&Co

Max&Co. (catena di punti vendita facente capo a *MaxMara Fashion Group s.r.l.*) è un brand italiano a respiro internazionale: oltre a una crescente diffusione in Europa, può infatti vantare una presenza consolidata soprattutto nel Medio e nell'Estremo Oriente (Giappone, Hong Kong).

*Brandforum.it* è stato per voi alla presentazione della collezione *Fall/Winter 2002-2003 "At Home. A place where you take a break"* (27 febbraio - 1 marzo u.s.). Per l'occasione l'ufficio stampa MAX&Co. - presso la filiale di Milano - è stato allestito in chiave volutamente "mediatica", creando un vero e proprio



evento destinato alla stampa di settore, lontano però dai luoghi usuali della kermesse modaiola. I circa 500 giornalisti/e del settore moda sono stati accolti o ancora meglio "ospitati" in un ideale appartamento MAX&Co., dove un'accurata selezione di capi e accessori è stata ricomposta in look completi, privilegiando i singoli pezzi più rappresentativi e individuali della collezione. Gli abiti si potevano toccare, provare, spostare come se si fosse a casa propria.

Una giornalista giapponese a un certo punto ha esclamato raggianti: "Wonderful. I feel at home!".

Nel corso dell'evento abbiamo intervistato **Luisa Laudi, Creative Director MAX&Co.**, per cercare di scoprire come è nata l'idea che è alla base di questa originale presentazione per la stampa.

### Può raccontarci il concept di questa originale presentazione?

Abbiamo deciso di rappresentare le collezioni MAX&Co. attraverso la scelta di un luogo, l'edificio che ospita la filiale MaxMara e l'ufficio stampa MAX&Co., che per definizione rappresenta per la stampa moda "la casa di MAX&Co."

Da qui l'idea di mettere in scena gli abiti della nuova collezione in un contesto domestico e accogliente per ritrovare una dimensione privata, intima e personale. Per concedersi il tempo di pensare, parlare, ascoltare e osservare da vicino gli abiti Max&Co. Per sentirsi a proprio agio, in un ambiente che idealmente ci appartiene e ci rappresenta.

Un luogo fisico e mentale dove affermare l'individualità di MAX&Co. e di ogni ragazza. Un rifugio e, insieme, un link. Un microcosmo come specchio del *melting globale*, dove abiti e oggetti sono il riflesso del *métissage* di epoche, luoghi e stilisti diversi: un nomadismo culturale tra est e ovest, tra ieri, oggi e domani.

### Quali gli elementi di fondo dell'allestimento?

Era nostra intenzione utilizzare un linguaggio stilistico complesso, ma al tempo stesso completo e molto leggibile.

Per questo abbiamo scelto un allestimento "soft", realizzato attraverso strutture di appendiera lineari, giocato in base ad una palette cromatica essenziale (bianco e marrone) che ha consentito di mettere in grande evidenza i capi di abbigliamento.

Solo alcuni tocchi di colore (malva, cipria e mosto) per leggerissimi tendaggi in garza indiana e complementi di arredo quali cuscini e plaid.



Abbiamo rivolto una particolare attenzione all'illuminazione, privilegiando una luce calda, avvolgente, indiretta, al fine di trasmettere una sensazione di piacevole intimità e relax.

### **Abbiamo notato la presenza di oggetti d'arredo molto particolari...**



Si, abbiamo svolto una ricerca accurata delle radici storiche e "colte" di alcuni complementi di arredo già presenti all'interno del flagship store di Milano (es. tavolo Knoll e divano Edra). L'individuazione di oggetti di modernariato "d'autore" vissuti, personali, quindi con valore aggiunto rispetto alla produzione industriale. Elementi significativi, domestici e, a nostro avviso, coerenti con l'identità rigorosamente femminile di MAX&Co.: giovane, aggiornata, dinamica e "curiosa".

### **Quali i feed-back ottenuti con questa presentazione?**

I risultati sono stati davvero molto incoraggianti: oltre ad una notevolissima partecipazione in termini quantitativi abbiamo addirittura potuto contare sul supporto di molti direttori, capiredattori moda e capiservizio di tutte le più importanti testate moda italiane e di un'ottima rappresentanza delle testate moda più importanti nei mercati esteri di riferimento per MAX&Co. (Giappone, Germania, Inghilterra, Belgio, nonché Russia e Corea).

Passando qualche ora nella casa MAX&Co., siamo riusciti a cogliere le impressioni della stampa nazionale e internazionale. Il commento è stato unanime: MAX&Co. sta crescendo sempre più, evolve in modo significativo, stagione dopo stagione e a nostro avviso, è riuscita ad interpretare in modo originale i trend dominanti del marketing relazionale.

*Si ringrazia l'Ufficio Stampa Max&Co. per aver gentilmente concesso la pubblicazione delle immagini.*