

# GIESSO



## Mercado

Cualquiera podría pensar, si mirase una foto de finales del siglo XIX, que en 120 años la moda ha cambiado radicalmente. Paradójicamente, las empresas que lideran el mercado de lujo en el mundo de la indumentaria han trascendido la barrera de los siglos. Tal es el caso de Giesso, como también de Louis Vuitton, Hermés y Burberry.

Esto demuestra que, aunque la moda vaya cambiando, impulsada muchas veces por innovaciones tecnológicas que permiten el desarrollo de tejidos o de prendas nuevas, y otras tantas empujadas por los cambios sociológicos y culturales; hay algo en la esencia del arte del vestir que determinadas marcas tienen incorporado y que sólo el tiempo y la trascendencia les pudo haber otorgado.

## Logros

Giesso evolucionó de ser un fabricante de sombreros de medida en 1884 a convertirse en el referente de un concepto de vida en el que se conjugan estilo y simpleza, con calidad y espontaneidad.

Durante esta larga historia fue variando la propuesta de productos hasta llegar al día de hoy en que diseña, produce y distribuye colecciones urbanas completas para hombre y mujer, además de haber otorgado una licencia para la fabricación y distribución de su línea de perfumería.

El respeto por los clientes y todo el entorno de gente que está comprometida en el desarrollo y venta de cada producto, ha sido desde sus orígenes una prioridad para la empresa. Basados en esos valores y los de humildad, esfuerzo y alegría por lo que se hace, Giesso encontró que la figura de Juan Manuel Fangio representa sintéticamente una manera de ser. Por ello, y en tributo a él, es que en el 2006 lanzará una línea de ropa que estará inspirada en la época de oro del automovilismo, que se denominará "Fangio Giesso".

Giesso es el referente como marca de ropa elegida por los ejecutivos y profesionales de prestigio en la Argentina, tal como ha sido seleccionada todas las veces que se han hecho encuestas de este tipo. También fue la única marca elegida en Sudamérica, cuando en los años 1994/95 American Express seleccionó algunas marcas a nivel mundial al lado de quienes realizó su campaña de imagen, con sendos comerciales televisivos. Entre ellas se encontraban también: Orient-Express, Four Seasons, Hermés y Disney.

Obviamente, la seriedad, el profesionalismo y el respeto a lo largo de los años son las bases para predecir el futuro.

Seguramente el hecho de haber permanecido



siempre en manos de la misma familia ha hecho más simple la transmisión de la pasión y de los valores fundamentales de política de marca. Giesso es, sin duda, la quinta esencia de la simpleza y pureza del clasicismo, llevado permanentemente a estados actuales y contemporáneos, donde no hay lugar para climas pretenciosos y burdos.

## Historia

En 1884 Bonifacio Giesso, un genovés de profesión sombrerero de medidas, instaló su primera tienda en Buenos Aires.

En aquellos años la empresa ofrecía además de aquellos: gomas, camisería fina, bastones, gemelos, ajuars para novios, puños y cuellos duros, botones, paraguas y valijería.

La primera tienda se encontraba en la calle Cuyo (hoy Sarmiento) próxima a la casa de Domingo F. Sarmiento, quien además de ser cliente (como los también ex presidentes Julio A. Roca y Bartolomé Mitre) pasaba cotidianamente por el local para que lo ayudaran a hacerse el moño de la corbata.

A lo largo de los primeros años del siglo XX se afianza como camisería de medida, años en los que tanto las telas como todos los accesorios que se ofrecían eran importados de Inglaterra e Italia. Llegando hacia mitad del siglo, se comienza a diseñar y ofrecer sastrería de confección.

Alfredo Giesso fue quien convirtió a Giesso en marca; desde el año 50 y hasta fines de los '80 la palabra "creaciones" estuvo incluida en el logo que se utilizaba y fue también en esa época cuando se creó el distintivo moño como isotipo.

En el año 1955 abrió la segunda sucursal en la avenida Santa Fe y en 1962 la de la avenida Alvear, que sumadas a la ya existente de la avenida Corrientes (que había sustituido a la de la calle Cuyo, cuando se produjo el ensanche de la avenida 9 de Julio) dieron lugar al slogan usado en las décadas de los '60 y '70: "En las tres grandes Avenidas".

A comienzos de los '90, bajo la conducción de Ana María Giesso, se produce la apertura de otros locales en la zona norte de la ciudad de Buenos Aires.

En el año 2000, ya con Mariano Rodríguez Giesso dirigiendo la empresa, Giesso decide crear una línea de ropa de mujer. Dos años

más tarde, comienza a distribuir sus productos en seleccionados locales de todo el país.

Giesso trascendió todos los avatares políticos



y económicos que azotaron a la Argentina durante gran parte del siglo XX y comienzos del XXI y pudo sobrevivir económicamente a ellos con su prestigio cada vez más consolidado.

Luego de la caída de Irigoyen en 1930 y con la clausura del Senado y de la Cámara de Diputados, Giesso no sólo sufrió la pérdida de buena parte de sus clientes legisladores, sino que fue perjudicado con la falta de pago de las cuentas mensuales de muchos de ellos.

Dos de las razones de su éxito se debieron a que supo, a través de los años, entender las necesidades y preferencias del segmento más innovador de los tradicionales argentinos e interpretar el arte de la tendencia en toda su amplitud.

Giesso vivió cambios culturales muy profundos a lo largo de la historia y supo, en lo que a moda respecta, adaptarse a ellos sin perder el foco en su esencia, que es la que lo hace único e inigualable.



Tales son los casos del jeanswear y del movimiento hippie de los '60.

Como el placer está en ir andando y no en llegar, Giesso disfruta mucho de cada paso, ha demostrado ser una de las pocas marcas en el mundo que se adapta al paso de las tendencias, habiendo logrado trascender alcanzando el justo equilibrio entre los valores que la marca sustenta y la actualización necesaria para incorporar permanentemente los avances culturales y tecnológicos que impone el ritmo de la moda.

### Producto

Desde sus inicios Giesso estableció una inigualable reputación por haber logrado estar siempre a la vanguardia del estilo y la calidad, respetando las líneas y la funcionalidad de la estética clásica, que son adaptadas y reinterpretadas a partir de los cambios de tendencia.

El precepto básico de donde todo producto Giesso nace es la selección de telas de excelente calidad, acompañándolas con una cuidadosa y exigente confección. A partir de allí, todo diseño de hombre busca enfatizar líneas puras y simpleza, jugando siempre con el color en los accesorios.

Por su parte, todo diseño para la mujer exalta sutilmente la sensualidad femenina, cuidando siempre que se respete un estilo puro y neutro.

Giesso hombre se compone de tres líneas de producto claramente diferenciadas: Corporativa, Urbana Contemporánea e Informal. Cada una de estas líneas está compuesta por todos los productos que un hombre necesita para vestirse y sus accesorios; logrando tres distintos "total looks".

A partir de 2004 Giesso lanzó su colección de jeans, que al día de hoy se compone de pantalones confeccionados en distintos tipos de denim, a los que se le aplican distintos lavados y cortes, obteniendo así una colección de siete productos.

Giesso mujer se divide en tres colecciones: Day City Wear, Soft Evening y Leisure Time.

En este caso cada una de las líneas se diferencia por las texturas, colores y diseños que son seleccionados según se adapten más convenientemente a cada una de estas ocasiones.

Definitivamente la moda Giesso se caracteriza por la calidad, el cuidado de los detalles y el glamour



européo de la pasión por el corte y el calce.

### Desarrollos recientes

A más de un siglo del nacimiento de la marca, Mariano Rodríguez Giesso y Ana María Giesso son los responsables del concepto que, fundamentalmente, trata de transmitir un estilo de vida basado en valores que Giesso no sólo propone, sino también predica: simpleza, humildad, esfuerzo, compromiso y espontaneidad.

Ana María es la responsable de la cadena de retail, transmitiendo esta filosofía como también la importancia de responder a todo tipo de necesidades que alguien busque en Giesso, a todo el grupo humano que está en contacto con el cliente. Mariano, por su

chado de música en el aire. Era un programa diario a las 11 de la noche en Radio Mitre, que conducía Rodríguez Luque.

También en esa época Giesso fue pionero en el marketing directo. Editaba un boletín de noticias artísticas y deportivas que eran acompañadas con promociones de artículos y chistes. Este "Noti-Giesso" era distribuido entre los clientes de la marca.

### Valores de la marca

Giesso es una de las más reconocidas y valoradas marcas argentinas por la calidad, nobleza y diseño de sus prendas, sinónimo de estilo, simpleza y naturalidad.

Giesso estuvo y está presente en todo movimiento cultural relevante para la historia de la humanidad, ya que siente que de ellos siempre algo queda para converger en su eclecticismo de estilos.

Manteniéndose fiel a los preceptos que lo guiaron, Giesso cree que la tradición, la innovación, la simpleza, la espontaneidad y, fundamentalmente, el respeto humano e ideológico son las bases para que cualquier historia comience a ser como la suya.



parte, está a cargo del diseño, de la imagen y de transmitir el espíritu Giesso.

En los últimos años Giesso ha desarrollado una extensa colección de fragancias que se distribuyen en perfumerías de todo el país. Al momento ha lanzado tres líneas para hombre y mujer.

El concepto de marca como valor de "Life Style" es sustentado en varios puntos de venta de todo el país, que distribuyen ropa de hombre y mujer. Estos locales serán decorados con "Rincones Giesso", de acuerdo al estilo de la marca.

### Promoción

Giesso comunica permanentemente que la ropa no es sólo un producto, sino un elemento para ser usado en momentos y entornos determinados. Por ello todas sus campañas publicitarias se producen en lugares y momentos que la marca hace propios y que representan el "Estilo Giesso".

Estas imágenes exaltan la simplicidad y la cotidianeidad, jugando a su vez con un pintoresco toque de sensualidad que aporta a la imaginación y a la memoria sobre momentos reales vividos o deseados.

En los años 50, Giesso tenía el programa más escu-

[www.giesso.com.ar](http://www.giesso.com.ar)

Lo que usted no sabía sobre  
**Giesso**

- Mujeres "conocidas" que empaquetaron para Navidad y días del padre en Giesso: Isabel y Betina Menditegui / Florencia Canale / Virginia Elizalde / Alicia Betty.
- Graciela Borges hizo la primera publicidad del día del padre de Giesso.
- En 1944 se celebró el primer aniversario de la marca con una liquidación a precios de 1884. Fue anunciada en radio y diarios, y desde la madrugada la gente esperó a que abriera el comercio. Cuando se agotó el stock, hubo un gran escándalo.

