

ARAMIS

M E N S W E A R



MERCADO

A Aramis é líder de mercado no segmento menswear e já está há 15 anos trilhando sua trajetória de sucesso. Para atender a demanda gerada pelo excelente momento pelo qual o Brasil passa, a grife possui um departamento exclusivo de *franchising* que oferece todo o *know-how* e estrutura necessária para empresários interessados neste segmento.

A marca nasceu com a proposta de atender às necessidades dos jovens executivos que buscavam uma linha de camisaria e gravatas que unisse tendência e sofisticação em um produto. É exatamente isso que a Aramis Menswear conseguiu desde a sua fundação: vestir homens modernos e antenados que esbanjam elegância. Conectada com as influências internacionais, a marca desenvolve coleções abusando do que há de mais moderno e inovador para o mercado brasileiro.

HISTÓRIA

A Aramis surgiu com uma moda clássica em 1995, fruto do empenho de Henri Rene Christian Stad, que se inspirou no livro "Os Três Mosqueteiros", de Alexandre Dumas, para criar o nome de sua marca. O experiente empresário da indústria têxtil, hoje com experiência de 20 anos no mercado de

moda, se tornou então o responsável pela direção e estilo da grife.

Para se lançar no mercado, Henri escolheu o Shopping Iguatemi em São Paulo, e abriu sua primeira loja colocando a marca em um dos mais badalados corredores de moda do país.

Desde a sua fundação, a marca sempre teve como preocupação a qualidade e estilo, características que podem ser vistas não só no produto, mas no atendimento e também na concepção arquitetônica das lojas. Os resultados não demoraram a aparecer e os clientes foram aos poucos, exigindo a ampliação do mix de produtos.

Em 2007 surgiu a linha feminina Aramis, num momento de expansão dos negócios, com o objetivo de atender as mulheres modernas, independentes e intensas.

O ano de 2009 foi marcado pelo lançamento da marca HRC – Henri Rene Christian com foco no jovem de 18 a 30 anos tornando-se um sucesso logo no seu primeiro ano de vida.

Atualmente a Aramis possui uma ampla rede com 18 lojas distribuídas estrategicamente entre as principais cidades do país. A mais nova delas foi inaugurada em 2010, trata-se da Flagship Store situada na rua Oscar Freire, em São Paulo, que está entre as ruas mais luxuosas do mundo.

PRODUTOS

Henri mantém uma conexão direta com o que está acontecendo nas passarelas internacionais, para trazer classe e charme aos homens brasileiros. São paletós, camisas, gravatas, camisetas, pólos, bermudas, acessórios, calçados, enfim, tudo ligado ao vestuário masculino. A cada coleção são desenhados e produzidos aproximadamente 1200 itens.

Nas linhas de produção a qualidade é preservada desde a escolha do tecido, até o corte e o acabamento. As peças são desenvolvidas como obras de arte e divididas nas linhas Jeanswear, Social, Menswear e Night. O label Platinum, é encontrado dentro de cada linha e representa os produtos mais elitizados da marca.

O objetivo é estar presente em todos os momentos da vida dos consumidores, superando suas expectativas com produtos primorosos e sofisticados.





COMUNICAÇÃO

Como uma marca ligada a classe e estilo, a Aramis sempre demonstrou um cuidado especial com sua imagem, realizando campanhas que reforcem o seu posicionamento na mídia e que sintetizem a sua essência em vestir bem.

As ações publicitárias fazem uso de celebridades e top models reconhecidos internacionalmente. O resultado é um excelente retorno junto à imprensa e formadores de opinião do meio da moda.

As ações de comunicação são compostas por anúncios nas maiores e mais importantes revistas especializadas no universo masculino. Para o lançamento de novas coleções são conduzidas novas estratégias de marketing que se direcionam para mídias exteriores, como outdoors, triedros, painéis, backlights e frontlights veiculados em todas as cidades onde a marca é comercializada além dos desfiles regionais.

O departamento de marketing da empresa está sempre à disposição de seus revendedores para ajudá-los em suas necessidades de comunicação e divulgação com soluções criativas e eficientes.

O planejamento de visual merchandising resulta em componentes fundamentais para a exposição da marca nos pontos de venda abastecendo a cada coleção todas as suas multimarcas com banners, placas sinalizadas, placas personaliza-



das, displays, adesivos e ajuda a criar idéias para a produção das vitrines e manequins.

EVOLUÇÕES RECENTES

A Aramis implantou um novo projeto visual nas lojas da rede, deixando todas com a mesma identidade e uma atmosfera mais contemporânea. Assim como os produtos, as lojas trazem consigo um design sofisticado. Além disso, o plano de expansão da marca tem como objetivo a implantação de 20 novas instalações em dois anos, entre lojas próprias e franquias em cidades estratégicas, dando continuidade ao crescimento conquistado pela marca nos últimos anos.

Outro grande passo do grupo foi a ampliação do seu portfólio com o surgimento da nova marca, a HRC - Henri Rene Christian com uma proposta casual chique de oferecer para o jovem de 18 a 30 anos um estilo de vida e não apenas tendências de moda.

Em todas as peças da HRC é mantido o alto padrão de qualidade, além de design e detalhes exclusivos que firmam o conceito da marca. O foco é conquistar jovens que acreditam ser imprescindível compor um look confortável e despojado sem abrir mão do requinte.

CONQUISTAS

A marca conquistou o prêmio Alshop Lojista no ano de 2009, o que demonstra o reconhecimento por parte de seus consumidores e comprova o resultado dos investimentos que a marca faz para se manter entre as mais desejadas do mercado.

Em São Paulo, o grupo conta com um moderno Show Room, amplo e confortável, instalado em sede própria com 2.200m² de área construída, onde trabalha a maior parte dos seus funcionários.

Além deste Show Room principal, existem diversos outros em cidades estratégicas, onde equipes de profissionais promovem um atendimento exclusivo e personalizado para cada região do país, preocupando-se com as necessidades individuais de seus clientes e respeitando a demanda e as peculiaridades de cada cidade.

A Flagship Store da marca recentemente inaugurada na Rua Oscar Freire, em São Paulo tem 400 m² e serve como base para a conceituação das demais lojas.

VALORES DA MARCA

Além de prezar pelo conforto, estilo e sofisticação em moda masculina, a Aramis tem como premissa, valorizar a qualidade em sua linha industrial de produção em todos os aspectos, seja na escolha de tecidos e máquinas até o tratamento com os seus colaboradores que vêm de diversas regiões do Brasil.

O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE A ARAMIS

- Atualmente, mais de 500 revendedores multimarcas são atendidos pelas equipes Aramis Menswear em todo Brasil.
- A linha feminina conta com um mix de peças para as mulheres contemporâneas e determinadas, que não abrem mão da sua feminilidade e do conforto.
- A marca planeja expandir seus negócios com a criação da linha infantil que em breve será lançada no mercado.

