

## Podwójny jubileusz Deni Cler

25 marca 2021 r. marka Deni Cler zorganizowała konferencję prasową online. Tematem wydarzenia był podwójny jubileusz domu mody – 50-lecie istnienia na świecie i 30-lecie obecności na polskim rynku. Konferencję poprowadziła prezes Deni Cler Iwona Kossmann, w roli prelegentów wystąpili dyrektor artystyczny Deni Cler, Jan Kosieradzki, oraz projektanci – Elisabetta Grossi i Hendrik Fokkema.

### Kilka słów o historii

Deni Cler zostało założone w 1971 r. we włoskiej Mantui przez małżeństwo włoskich przedsiębiorców – Maria Picozziego i Marię Grazię Benatti. Pierwszą fabrykę otwarto w 1972 roku w Castellucchio, a pierwszy salon w Mediolanie na prestiżowej Via Monte Napoleone, obok butików marek Prada, Gucci czy Armani. W Mediolanie funkcjonował również showroom Deni Cler, gdzie klientom z Włoch i zagranicy, a także dziennikarzom i stylistom, prezentowano najnowsze kolekcje.

Początkowo firma miała charakter rodzinny. Maria Grazia Benatti osobiście zapraszała projektantów do tworzenia kolekcji – wśród nich znaleźli się m.in. Martin Margiela, Domenico Dolce, Stefano Gabbana, Franco Moschino czy Luigina Zani. Dwa razy do roku Deni Cler przygotowywała pięć różnych linii stylistycznych, które sprzedawano nie tylko we Włoszech, lecz także w Szwajcarii, Austrii, Hiszpanii, w Japonii i Stanach Zjednoczonych.

Na początku lat 90. Polska stała się jednym z najistotniejszych kierunków międzynarodowej ekspansji marki – rozwój zakładał przeniesienie na nasz rodzimy rynek części produkcji oraz stworzenie sieci monobrandowych butików. Deni Cler przyniosło do Polski zupełnie nową jakość. W pierwszym katalogu, zaprezentowanym na sezon wiosna/lato 1991, pojawiły się ikoniczne garnitury w intensywnych kolorach, uszyte z doskonałej jakości tkanin. Mocno zaznaczone ramiona i podniesiona talia spodni były idealnym strojem dla nowoczesnej *power woman*. Jakość i włoski sznyt szybko zdobyły uznanie polskich klientek, marka stała się symbolem zawodowego statusu. Przez trzydzieści lat obecności marki w Polsce wiele się zmieniło. - Kiedy ja zaczynałem pracę obowiązywał charakterystyczny, formalny dress code, ikonicznym produktem Deni Cler był żakiet i flauszowy płaszcz. Obecnie sposób stylizacji jest inny, popularne stały się rzeczy wygodne, utylitarne, przyjazne sylwetce. Krawiectwo nabrało miękkiego wyrazu – mówi dyrektor artystyczny Deni Cler, Jan Kosieradzki.

---

#### DCG S.A.

04-907 Warszawa, ul. Bystrzycka 81A, tel. 48/22 872 44 43, fax: 48/42/872 46 33  
NIP: 713-00-15-696, REGON: 012513641  
konto: PKO BANK POLSKI S.A. 52 1020 2313 0000 3202 0517 1188  
organ rejestrowy: Sąd Rejonowy dla m. Warszawy  
Wydział XII Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego - KRS 0000285675.  
Kapitał zakładowy 4 363 600 PLN w całości opłacony.

# DENI CLER

MILANO

## Współczesna natura

Obecnie głównymi projektantami Deni Cler są Włoszka Elisabetta Grossi i Holender Hendrik Fokkema, którzy tworzą pod nadzorem Jana Kosieradzkiego. W jubileuszowej kolekcji na sezon wiosna/lato, zatytułowanej „Giardino del Mondo” („Ogrody Świata”), postanowili oddać hołd naturze. Projektanci odnieśli się do współczesnego świata, w którym doświadczeni pandemią ludzie coraz częściej szukają wyciszenia. Kolekcja składa się z sześciu części – każda z nich opowiada o przyrodzie z innej perspektywy i utrzymana jest w odrębnej stylistyce. Kapsuła City Park inspirowana jest japońską tradycją Hanami – świętem kwitnącej wiśni, Glass House – roślinnością rozwijającą się w otoczeniu industrialnej architektury, Hi-tech Garden – futurystycznym ogrodem. W kolejnych kapsułach znajdziemy odzwierciedlenie romantycznych oranżerii oraz dających wytchnienie pustynnych oaz. Całość kolekcji na wiosnę/lato opiera się na naturalnych, szlachetnych tkaninach najwyższej jakości.

Dopełnieniem prezentowanej w kapsułach narracji jest linia weekendowa, w której królują ubrania w stylu *athleisure* – miękkie i wygodne, zaprojektowane tak, by zapewnić kobietom maksymalny komfort i poczucie luksusu w mniej formalnym wydaniu.

Precyzyjnie wybierane przez projektantów tkaniny są tajnikiem sukcesu Deni Cler. Marka korzysta z materiałów dostarczanych przez renomowane, włoskie manufaktury, których regularnymi odbiorcami są światowe domy mody, m.in. Chanel i Dior. – Klientki uwielbiają miękkie tkaniny o przyjemnym chwycie i pięknym, naturalnym połysku, świadczącym o ich luksusowej jakości. Wełny firm Menchi, Rafanelli, Botto czy Colombo, lny i bawełny, w tym luksusowe egipskie, marek Albini, Landini, Thomas Mason, batysty i koronki Tessilidea, a także specjalnie dla nas barwione i nadrukowywane jedwabie z rejonu Como czynią Deni Cler marką wyjątkową nie tylko na polskim rynku – mówi Jan Kosieradzki.

Zgodnie ze światowym trendem marka podąża w kierunku zrównoważonego rozwoju i w tym sezonie wprowadza również kolekcję eko, wykonaną z biodegradowalnych tkanin wytworzonych w fabrykach posługujących się światowymi certyfikatami ISO 9001 czy Euro Eco Certyfikat. - Korzystanie z wysokiej jakości tkanin gwarantuje dłuższe życie naszym produktom, dzięki czemu środowisko nie jest zanieczyszczane częstą utylizacją, co jest powszechne w przypadku ubrań marek *fast fashion* – mówi prezes Deni Cler, Iwona Kossmann. - Wartości związane ze zrównoważonym rozwojem są coraz istotniejsze w modzie, a jeszcze ważniejsze jest to, jak je komunikujemy. Możemy mówić o ekologii, o tkaninach, o wykończeniu, możemy mówić o barwieniu, ale tak naprawdę najważniejsze jest to, żeby informować o tym klienta – mówi Hendrik Fokkema, projektant marki.

---

### DCG S.A.

04-907 Warszawa, ul. Bystrzycka 81A, tel. 48/22 872 44 43, fax: 48/42/872 46 33  
NIP: 713-00-15-696, REGON: 012513641  
konto: PKO BANK POLSKI S.A. 52 1020 2313 0000 3202 0517 1188  
organ rejestrowy: Sąd Rejonowy dla m. Warszawy  
Wydział XII Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, KRS 0000285675.  
Kapitał zakładowy 4 363 600 PLN w całości opłacony.

DENICLER.EU

# DENI CLER

MILANO

## Plany na przyszłość

Deni Cler łączy tradycję z innowacyjnością, projektanci świadomie wskazują na kluczowe aspekty zmieniającego się świata mody. Internet sprawia, że świat staje się mniejszy. Zacierają się granice państw, zanikają gusta lokalne – trendy coraz częściej mają charakter globalny. Coraz większy wpływ na modę ma również sport. Ubrania nieformalne stanowią coraz większą część asortymentu marek. – Szacujemy, że w przyszłym sezonie ubrania sportowe będą stanowić ok. 50% wszystkich produktów Deni Cler. Wybory konsumentów wyraźnie wskazują, jak bardzo pandemia wpłynęła na modę. Nie oznacza to jednak, że nasze klientki rezygnują z jakości – coraz częściej szukają luksusowych, wygodnych alternatyw do ubrań, które na co dzień nosiły w biurze – mówi Iwona Kossmann. Marka coraz większy nacisk kładzie również na ekologię i podnoszenie świadomości konsumentów w zakresie mody odpowiedzialnej. – Unikamy korzystania z materiałów syntetycznych – są to włókna nieobojętne dla środowiska, postrzegamy je jako nieekskluzywne, niepasujące do naszej marki – tłumaczy Kossmann.

Jakość i ponadczasowe wzornictwo Deni Cler zdobywa coraz większe uznanie. Obecnie w Polsce funkcjonuje 46 butików marki. W 2020 roku Deni Cler otworzyło 8 nowych salonów multibrandowych, w tym planuje dużo nowych aktywności w Internecie. – Ogromnie ważna jest dla nas sprzedaż online, która obecnie stanowi 15% całej sprzedaży. Wchodzimy na market place'y, jesteśmy już obecni na Zalando i Peek&Cloppenburg, co oznacza ekspansję na rynki zagraniczne w Niemczech, Austrii i Holandii. Sprzedaż za granicą i budowanie tam mocnej pozycji to nasz kolejny krok – dodaje Iwona Kossmann.

---

### DCG S.A.

04-907 Warszawa, ul. Bystrzycka 81A, tel. 48/22 872 44 43, fax: 48/42/872 46 33  
NIP: 713-00-15-696, REGON: 012513641  
konto: PKO BANK POLSKI S.A. 52 1020 2313 0000 3202 0517 1188  
organ rejestrowy: Sąd Rejonowy dla m. Warszawy,  
Wydział XII Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, KRS 0000285675,  
Kapitał zakładowy 4 363 600 PLN w całości opłacony.

DENICLER.EU