

MANAS

Da calzaturificio a Brand

LA STORIA

Da piccolo laboratorio artigianale ad
industria di successo

1956

Giuseppe Sagripanti **FONDATORE** della Manas



1960

Introduzione di *nuove tecnologie* e il continuo *perfezionamento qualitativo* del prodotto

Entrano gli altri figli di Giuseppe e **dall'estero arrivano i primi ordini**, precisamente dalla Svezia.



1970

Creazione di una nuova grande **struttura produttiva**



L'azienda cambia il proprio nome in **Manas**



1980

Trasformazione in **Società per Azioni**.

La famiglia Sagripanti viene affiancata nell'azionariato da *cinque nuovi piccoli soci-collaboratori* e inizia il processo di managerializzazione.

1990

Manas sposa all'innovazione tecnologica continua la **diversificazione dei marchi**, che diventano fotografia fedele di stili diversi. (da produttori terzisti – investimento sulla certificazione qualità)

In azienda entra anche la *terza generazione* dei Sagripanti.



2002 - 2013

Cleto Sagripanti viene nominato
Amministratore Delegato di Manas

2013 (settembre)

Luciano Bagnobianchi



MANAS OGGI

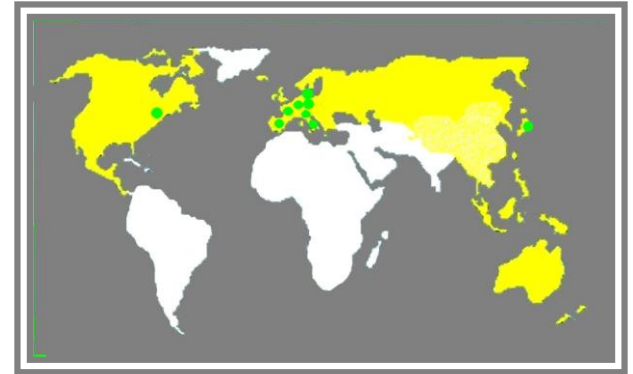
Capacità produttiva di **un milione e 500 mila** paia di scarpe l'anno

Manas conta **110** dipendenti diretti (ma sono circa **2,500** nell'indotto)

Commercializza il **70%** della sua produzione all'estero

88 tra negozi monomarca e corner in Italia e all'estero
e distribuisce i suoi prodotti in oltre tremila negozi multimarca nel mondo.

11 Showroom in Milano, New York, Barcelona, Londra, Mosca, Bruxelles, Amsterdam, Marsiglia, Monaco, Salonicco, Stoccolma

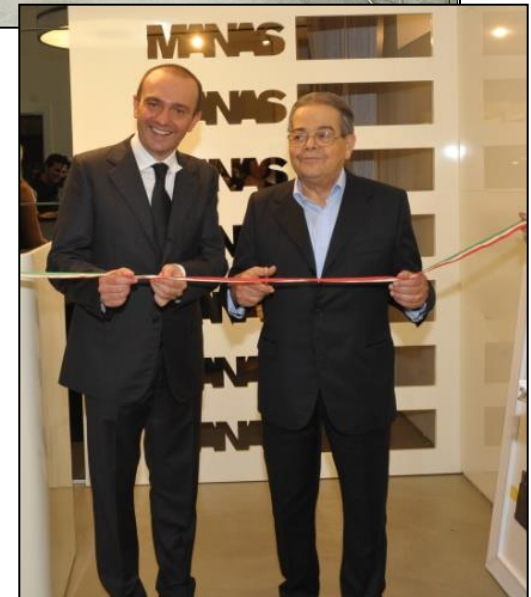
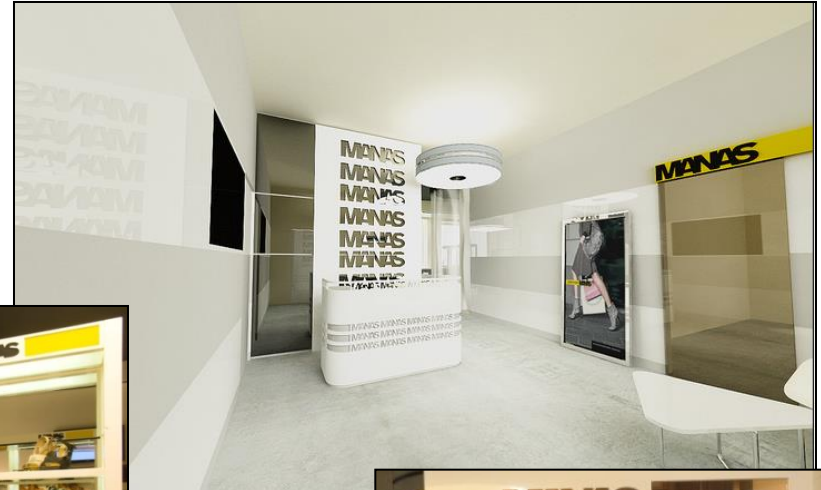


Il distretto nel distretto



VICINI AL MONDO DELLA MODA

Il primo Concept Showroom Manas, sito all'interno del **quadrilatero della moda** di Milano è stato inaugurato il 18 settembre 2011.



FATTORI DI SUCCESSO

Qualità

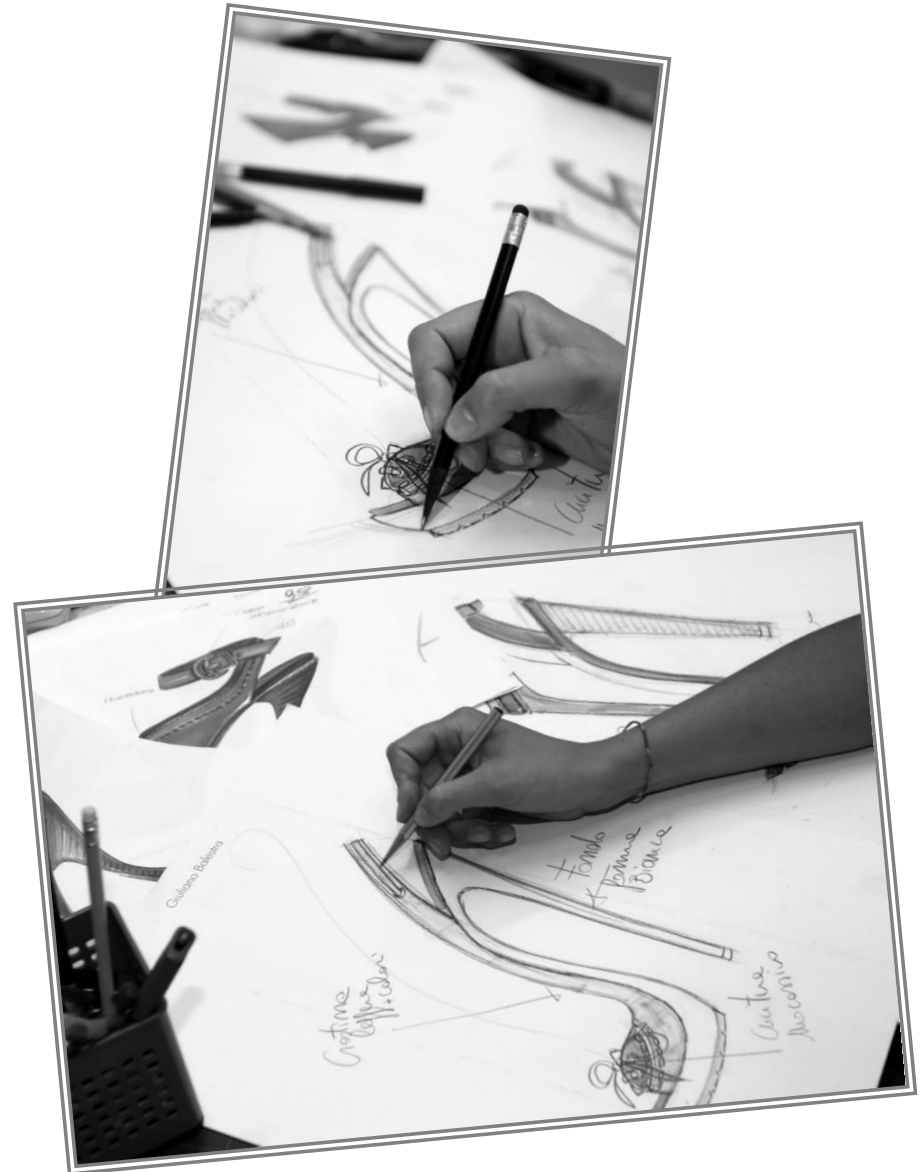
Attenzione per i dettagli e la selezione accurata di cuoio e pellami garantiscono da 50 anni qualità e design

Innovazione

Il team di Ricerca e Sviluppo ricerca “on the road”, attenta alle esigenze e all’evoluzione dei gusti del consumatore,

Risorse Umane

Manas segue con grande attenzione l’attività delle principali Università italiane e promuove in azienda, attraverso la “**Scuola Manas**”, incontri tra i docenti e i team di lavoro attraverso lezioni in aula e in azienda,





LE COLLEZIONI

MANAS

Stile Urban e Casual per una donna a 360°.

A/I 11-12



P/E 11



MANAS Lea Foscati

Tratti iperfemminili e bon ton.

A/I 11-12



P/E 11



MANAS Uomo

Il giusto connubio tra moda e tecnologia.

A/I 11-12



P/E 11



MANAS Borse

Tante soluzioni per ogni look!

A/I 11-12



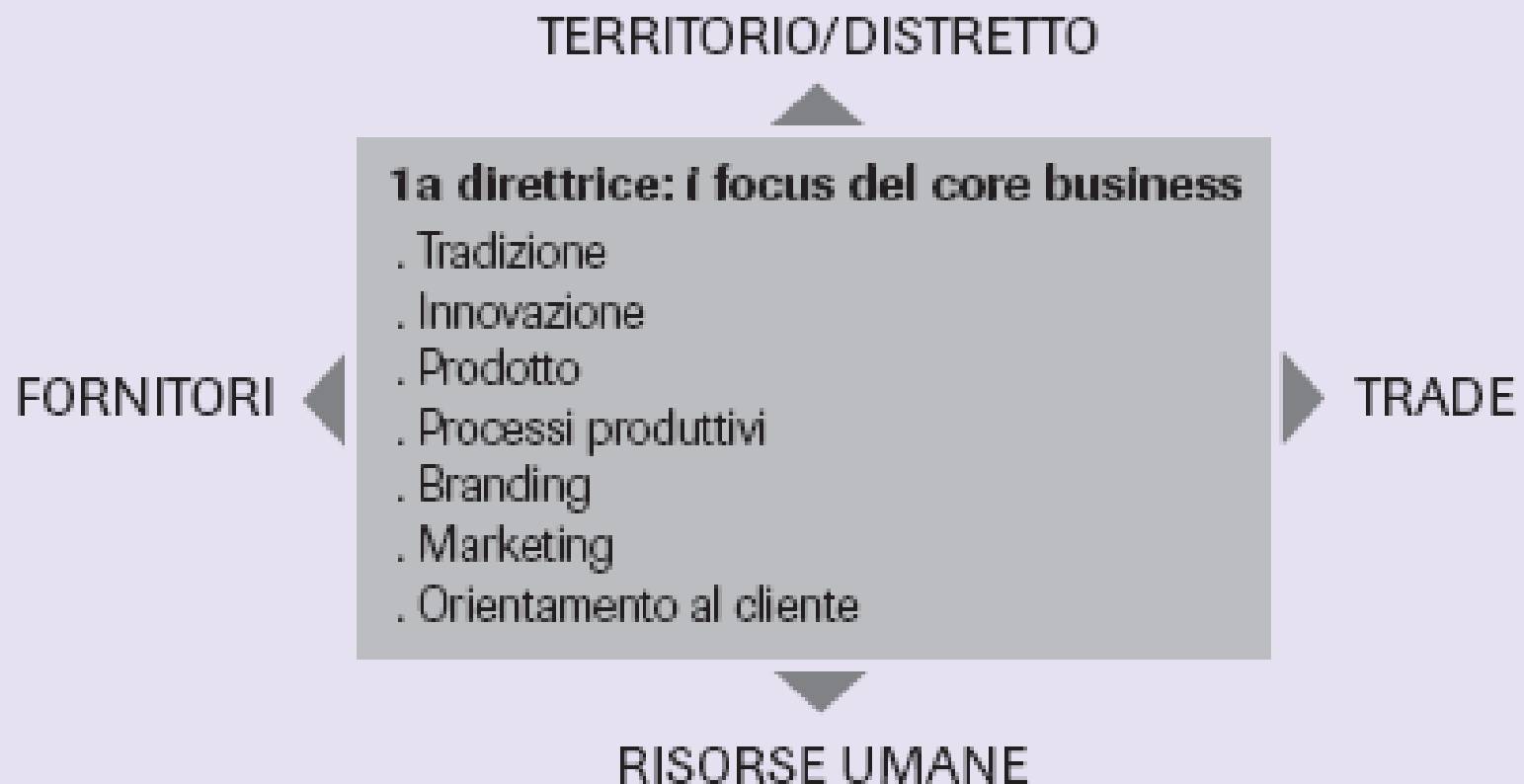
P/E 11



Il modello di «azienda allargata» Manas

Cultura e valori dell'imprenditore

2a direttrice: relazione, collaborazione e creazione di valore



Relazione, collaborazione e creazione di valore a livello internazionale

Local network

❑ **Trade:** rete di agenti dedicati per area territoriale → servizio customer care, piattaforma telematica

Partnerships, corner shop in shop, customer service. Progetto valore (arredamento vs qualità tecnica vs contenuto valoriale). Progetto Scout (clienti antenna)

❑ **Fornitori e subfornitori:** 32 imprese per un totale di 2800 addetti. Imprese terziste di piccola/piccolissima dimensione, con sede prevalentemente nel distretto calzaturiero marchigiano. Assistenza e formazione (Manas School)

❑ **Cliente interno:** attenzione allo sviluppo e al mantenimento delle relazioni con dipendenti e collaboratori. Coinvolgimento 5 dipendenti nella compagine societaria Formazione nazionale e internazionale, partecipazione a fiere, percorso formativo.

Extended network

- ❑ Showrooms in New York, Madrid, Tokyo, Brussels, Amsterdam, Paris, and Munich.
- ❑ Punti vendita monomarca: 18 (7 in Italy, 4 in Russia, 4 in China, 1 in Ukraine, 1 in Slovenia and 1 in Martinique). Joint venture Cina
- ❑ Clienti: esportazioni 35% Europa, 15% Russia, 20% Unites States, Giappone, Israele, China
- ❑ Consorzio Angeli della Moda (Giappone)
- ❑ Terzisti