

HERNO

FW16



HISTORY



A HISTORY FOUNDED ON CREATIVITY

È IL 1948 QUANDO HERNO NASCE A LESNA, SULLE RIVE DEL LAGO MAGGIORE, PER OPERA DI GIUSEPPE MARENZI E DELLA MOGLIE ALESSANDRA DIANA.

È L'IMMEDIATO DOPOGUERRA E GIUSEPPE CERCA UN NUOVO IMPIEGO IN UN'AZIENDA DI IMPERMEABILI. NONOSTANTE NON CI SIANO RICERCHE ATTIVE, VIENE ASSUNTO: PER IMPERMEABILIZZARE IL COTONE SI IMPIEGA INFATTI L'OLIO DI RICINO, LO STESSO UTILIZZATO COME CARBURANTE PER GLI AEREI MILITARI, ED È PROPRIO GRAZIE ALLA SUA ESPERIENZA PREGRESSA CHE MARENZI RIESCE A PROCURARE LA MATERIA PRIMA PERCHÉ L'AZIENDA POSSA NON SOLO CONTINUARE MA PERSINO INCREMENTARE LA PRODUZIONE.

DA QUELL'IMPIEGO ALL'OPPORTUNITÀ DI FONDARE UNA PROPRIA IMPRESA LA STRADA NON È POI COSÌ LUNGA: SUL LAGO MAGGIORE IL CLIMA È ESTREMAMENTE UMIDO E PIOVOSO E SERVONO IMPERMEABILI BEN FATTI.

È COSÌ CHE NASCE HERNO, IN UN INCROCIO DI OPPORTUNITÀ, INTUIZIONE E INVENTIVA, UNA STORIA CHE VIENE DALL'ACQUA, QUELLA DEL LAGO MAGGIORE E QUELLA DEL FIUME ERNO, CHE SCORRE VICINO ALL' AZIENDA E DA CUI VIENE IL SUO STESSO NOME. UN UNIVERSO CHE ANCORA OGGI È SALDAMENTE LEGATO ALLE PROPRIE RADICI.

HERNO WAS FOUNDED IN 1948 IN LESNA, ON THE SHORES OF LAKE MAGGIORE, BY GIUSEPPE MARENZI AND HIS WIFE ALESSANDRA DIANA.

IT WAS JUST AFTER THE WAR AND GIUSEPPE SOUGHT A NEW JOB WITH A COMPANY THAT MANUFACTURED RAINCOATS. EVEN THOUGH THEY WERE NOT ACTIVELY RECRUITING, GIUSEPPE WAS HIRED. TO MAKE COTTON WATERPROOF, THEY USED CASTOR OIL, THE SAME SUBSTANCE USED IN MAKING MILITARY AVIATION FUEL, AND THANKS TO HIS PREVIOUS EXPERIENCE MARENZI WAS ABLE TO SUPPLY THE RAW MATERIAL THE BUSINESS NEEDED, NOT ONLY TO CONTINUE OPERATING, BUT TO ACTUALLY INCREASE ITS PRODUCTION.

IT DID NOT TAKE LONG FOR HIM TO MOVE FROM THAT JOB TO ESTABLISHING HIS OWN BUSINESS. THE CLIMATE AROUND LAKE MAGGIORE IS EXTREMELY HUMID AND RAINY, SO WELL MADE RAINCOATS ARE IN DEMAND.

HERNO WAS THUS FOUNDED ON THE BASIS OF OPPORTUNITY, INTUITION AND INVENTIVENESS. ITS STORY STARTS WITH WATER, WATER FROM LAKE MAGGIORE AND THE RIVER ERNO, WHICH RUNS CLOSE TO THE COMPANY AND GIVES IT ITS NAME. IT IS A COMPANY THAT IS STILL FIRMLY CONNECTED TO ITS ROOTS.



FROM RAINCOATS TO THE WORLD

GLI IMPERMEABILI, PRIMA DA UOMO E SUCCESSIVAMENTE ANCHE DA DONNA, SONO I CAPISALDI DELLE PRIME PRODUZIONI HERNO, AFFIANCATI NEGLI ANNI '60 DAI CAPPOTTI IN CACHEMIRE, CON UNA SPECIALIZZAZIONE NEI PRODOTTI DOUBLE-FACE.

NELLO STESSO PERIODO VENGONO AVVIATE LE ESPORTAZIONI IN EUROPA. LA COLLEZIONE SI DIVERSIFICA NEL DECENNIO SUCCESSIVO E, PER LA DONNA, INCLUDE ANCHE GIACCHE, TAILLEUR E ABITI. È IL 1971 QUANDO GIUSEPPE MARENZI, TRA I PRIMI IN ITALIA, APRE AL MERCATO GIAPPONESE E INAUGURA LA PRIMA BOUTIQUE HERNO A OSAKA.

GLI ANNI '80 SONO QUELLI DEL CONSOLIDAMENTO DELLE COLLEZIONI E DEI MERCATI, CON L'INGRESSO IN UN NUOVO, STRATEGICO MERCATO, QUELLO DEGLI STATI UNITI.

IL KNOW HOW DELL'AZIENDA VIENE APPREZZATO DA GRANDI MARCHI CHE SI STANNO AFFERMANDO NEL MONDO DELLA MODA CHE DECIDONO DI AFFIDARE LA PRODUZIONE ALL'AZIENDA DI LESA. IL LAVORO PER MARCHI TERZI CARATTERIZZA GLI ANNI '90, IN AFFIANCAMENTO ALLE ATTIVITÀ DIRETTE AL MARCHIO HERNO.

RAINCOATS, FIRST FOR MEN AND LATER FOR WOMEN, WERE HERNO'S FIRST PRODUCTS. IN THE 1960S, CASHMERE COATS WERE ADDED WITH A FOCUS ON DOUBLE-FACED ITEMS AND EXPORTS WITHIN EUROPE STARTED DURING THE SAME PERIOD.

THE COLLECTION DIVERSIFIED IN THE TEN YEARS THAT FOLLOWED, AND FOR WOMEN, IT INCLUDED JACKETS, SUITS AND DRESSES TOO.

IN 1971, GIUSEPPE MARENZI WAS AMONG THE FIRST IN ITALY TO EXPAND INTO THE JAPANESE MARKET OPENING THE FIRST HERNO BOUTIQUE IN OSAKA.

THE 1980S WERE SPENT CONSOLIDATING ITS COLLECTIONS AND MARKETS AND ENTERING THE NEW, STRATEGIC MARKET OF THE UNITED STATES.

THE COMPANY'S KNOW-HOW WAS VALUABLE TO THE LEADING BRANDS WHO WERE AFFIRMING THEIR PRESENCE IN THE INTERNATIONAL MARKETS AND DECIDED TO ENTRUST THE PRODUCTION OF THEIR GARMENTS TO THE LESA-BASED COMPANY. PRODUCTION FOR THIRD PARTY BRANDS CHARACTERISED THE 1990S ALONG WITH ACTIVITIES TO DEVELOP THE HERNO BRAND.



A SUCCESSFUL CHANGE OF DIRECTION

ALLA STORIA DI GIUSEPPE MARENZI SI UNISCE QUELLA DEL FIGLIO CLAUDIO, ATTUALE PRESIDENTE E AMMINISTRATORE DELEGATO DI HERNO: ENTRA IN AZIENDA POCO PIÙ CHE VENTENNE INIZIANDO DALLA PRODUZIONE, PASSANDO AL COMMERCIALE E APPRODANDO INFINE ALLA STRATEGIA.

È LUI IL PRINCIPALE PROMOTORE DELLA SVOLTA CHE VIVE L'AZIENDA NEGLI ANNI 2000: IL BUSINESS HA BISOGNO DI UNA NUOVA DIREZIONE E QUESTO PERCORSO RIPARTE DAL PASSATO, CON IL MARCHIO HERNO CHE TORNA AL CENTRO DELLA STRATEGIA. ULTIMO DEI 3 FIGLI, CLAUDIO MARENZI DEL PROPRIO MESTIERE CONOSCE OGNI SINGOLO ASPETTO, PERCHÉ SOLO OSSERVANDO E IMPARANDO COME NASCE E VIENE FINITO IL PRODOTTO E APPREZZANDONE LE QUALITÀ DISTINTIVE, È STATO IN GRADO DI RICONOSCERE LA NECESSITÀ DI UN FORTE CAMBIO DI STRATEGIA, UNA STRATEGIA CHE HA PORTATO UNA NUOVA VISIONE ALL'IMPRESA E HA MOTIVATO GIOVANI TALENTI, UNITAMENTE AD UN'ORGANIZZAZIONE SNELLA ED EFFICACE E UN MODELLO DI BUSINESS VINCENTE.

IL MARCHIO HERNO OGGI È AMBASCIATORE DEL PRODOTTO ITALIANO DI LUSO NEL MONDO.

GIUSEPPE MARENZI'S STORY IS FOLLOWED BY THAT OF HIS SON, CLAUDIO, WHO IS THE CURRENT PRESIDENT AND MANAGING DIRECTOR OF HERNO: HE JOINED THE COMPANY IN HIS EARLY TWENTIES, STARTING IN PRODUCTION, MOVING ON TO THE SALES AND MARKETING AND THEN TO STRATEGY.

HE WAS THE ONE WHO LED THE CHANGES THAT THE BUSINESS UNDERWENT IN THE YEARS 2000: THE BUSINESS NEEDED NEW DIRECTION AND, TAKING INSPIRATION FROM THE PAST, THE HERNO BRAND ONCE AGAIN BECAME THE COMPANY'S STRATEGIC FOCUS. THE YOUNGEST OF 3 BROTHERS, CLAUDIO MARENZI UNDERSTOOD EVERY ASPECT OF HIS PROFESSION, AND IT WAS ONLY THROUGH OBSERVING AND LEARNING HOW THE PRODUCT WAS MADE AND FINISHED, AND APPRECIATING ITS DISTINCTIVE QUALITIES, THAT HE WAS ABLE TO RECOGNISE THE NEED FOR A SIGNIFICANT CHANGE IN STRATEGY, A STRATEGY WHICH BROUGHT A NEW VISION TO THE COMPANY AND MOTIVATED YOUNG TALENTS AS WELL AS INTRODUCING A MORE STREAMLINED AND EFFICIENT ORGANISATIONAL STRUCTURE AND A WINNING BUSINESS MODEL.

THE HERNO BRAND IS NOW AN AMBASSADOR FOR LUXURY ITALIAN GOODS IN THE WORLD.



WOMAN



FEMMINILE,
MA AL CONTEMPO UN PO' ANDROGINA.
RICCA DI DETTAGLI,
SEGNO DI UN'ARTIGIANALITÀ BEN DISTINTA.
IL GRANDE RITORNO ALL'ARTE DEL TAILOR-MADE,
UNITO ALLA RICERCA DI TESSUTI
ALL'AVANGUARDIA
TRADIZIONALI E PREGIATI.

FEMININE
BUT AT THE SAME TIME A LITTLE BIT ANDROGYNOUS.
RICH IN DETAILS
OF LUXURIOUS MANUFACTURING.
A GREAT RETURN TO THE ART OF HANDMADE,
COMBINED WITH THE CONSTANT RESEARCH
OF PERFORMING
YET TRADITIONAL AND PRECIOUS FABRICS.

A close-up, vertical photograph of a camel-colored coat. The image focuses on the texture of the wool and the details of the buttons and a pocket. The lighting is warm and directional, creating soft shadows and highlights that emphasize the fabric's grain.

SONO UN GRANNELLO DI SABBIA.
MA SENZA DI ME, IL DESERTO SAREBBE PIÙ VUOTO.

V. BUTULESCU





MI DOMANDO - DISSE - SE LE STELLE SONO ILLUMINATE
PERCHÉ OGNUNO POSSA UN GIORNO TROVARE LA SUA.

A. DE SAINT-EXUPÉRY





PERCHÉ IL BIANCO NON DEVE ESSERE CONSIDERATO UN COLORE?
E' COME IL SILENZIO IN MUSICA, È ANCHE ESSO UN TEMPO MUSICALE.

J.J. SCHUHL





CI SONO DUE FIORI DENTRO IL FIORE.
UNO È GIRATO VERSO DI NOI, L'ALTRO VERSO L'INFINITO.

F. CARAMAGNA





SIAMO FATTI DELLA STESSA MATERIA
DI CUI SONO FATTI I SOGNI.

P. NERUDA





ARRICCIAMOCI DELLE NOSTRE RECIPROCHE DIFFERENZE.

P. VALERY





LA VITA È QUESTO,
UNA SCHEGGIA DI LUCE CHE FINISCE NELLA NOTTE.

L.F. CELINE



NON FA MAI COSÌ FREDDO
COME QUANDO NON C'È NESSUNO A SCALDARTI.

F. ROVERSI





LA VITA È UNA SOSTANZA MALLEABILE, SOFFICE, CEDEVOLE,
CHE PUÒ ESSERE PLASMATA IN QUALUNQUE FORMA.

L. BARZINI



A close-up, vertical shot of a dark, textured fabric, likely a jacket, with a gold zipper running down the left side. The lighting is dramatic, highlighting the texture and the metallic sheen of the zipper teeth.

LA BELLEZZA È COME UNA GEMMA PREZIOSA,
PER LA QUALE LA MIGLIORE MONTATURA È LA PIÙ SEMPLICE.

F. BACONE



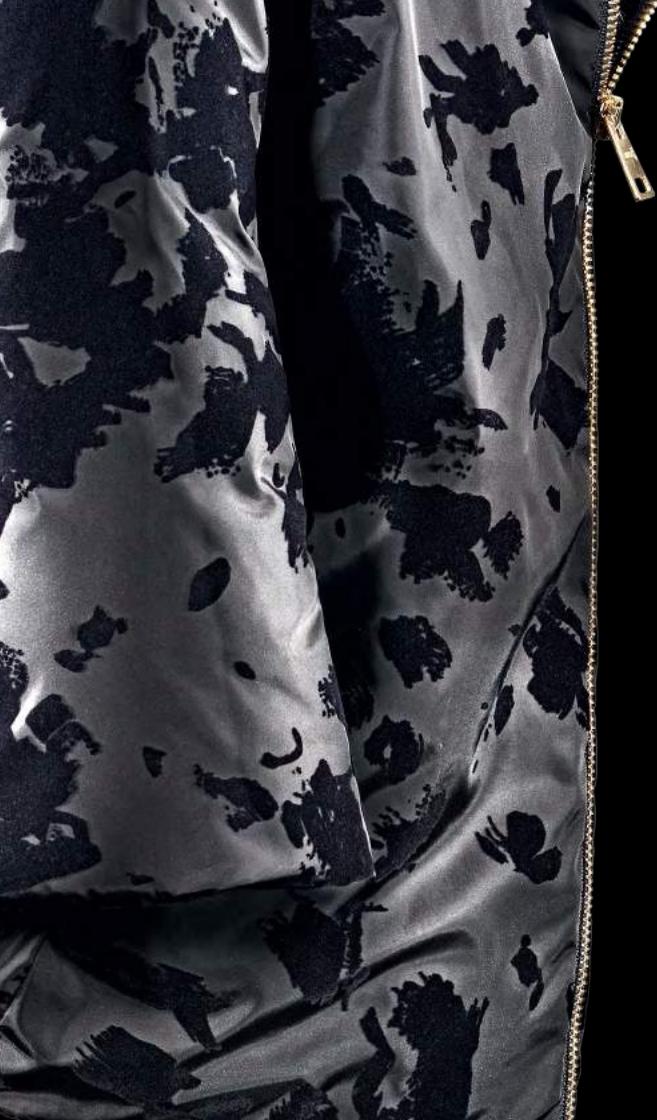


INVERNO.

COME UN SEME IL MIO ANIMO HA BISOGNO DEL LAVORO NASCOSTO DI QUESTA STAGIONE.

G. UNGARETTI





Signature



DETERMINATA EVOLUZIONE COUTURE:
L'ESALTAZIONE DEL PASSATO
ATTRAVERSO INSOLITE SPERIMENTAZIONI.

THE EVOLUTION OF COUTURE:
CELEBRATION OF THE PAST
THROUGH UNEXPECTED EXPERIMENTATIONS.



OGNI ROSA È PREDA DELL'INVERNO.

RUMI





IL LIBRO DI UNA VITA È TANTO PIÙ NERO
QUANTO LE SUE PAGINE SONO BIANCHE

R. JUDRIN





MAN



PREGIO E TECNICISMO. QUALITY AND TECHNOLOGY.
LA CONTRAPPOSIZIONE THE COMBINATION
DEL FATTO A MANO OF HANDMADE
E LA CONTINUA SPERIMENTAZIONE AND EXPERIMENTATION
DI NUOVI PERFORMANTI PROCESSI PRODUTTIVI OF NEW PRODUCTIVE PROCESSES
VANNO DI PARI PASSO GO AT THE SAME PACE
IN UN'ESPRESSIONE DEL NUOVO LUSSO, CREATING A NEW EXPRESSION OF LUXURY
PER UNA COLLEZIONE FOR A UNIQUE COLLECTION.
QUOTIDIANA E SENZA TEMPO. TIMELESS.



UN CLASSICO
È UN LIBRO CHE NON HA MAI FINITO DI DIRE QUEL CHE HA DA DIRE.

I. CALVINO





CHI LOTTA PUÒ PERDERE,
CHI NON LOTTA HA GIÀ PERSO.

E. GUEVARA



QUANDO PERDIAMO IL DIRITTO DI ESSERE DIFFERENTI,
PERDIAMO IL PRIVILEGIO DI ESSERE LIBERI.

C.E. HUGHES





LA VITA DELL'UOMO È UN FILO DI SETA
SOSPESO IN UN GIOCO DI RASOI.

E. CECCHI



LOTTARE NELLA TEMPESTA,
SOGNANDO L'ARCOBALENO.

J. TOFFOLETTO



L'INGEGNO È FATTO PER UN TERZO DI ISTINTO,
UN TERZO DI MEMORIA, E L'ULTIMO TERZO DI VOLONTÀ.

C. DOSSI





IL DESTINO PUÒ MUTARE,
LA NOSTRA NATURA MAI.

A. SCHOPENHAUER





IL GRAN SEGRETO, IN AMORE,
È L'ARTE DI TAGLIARE IN TEMPO.

A. CAMPANILE

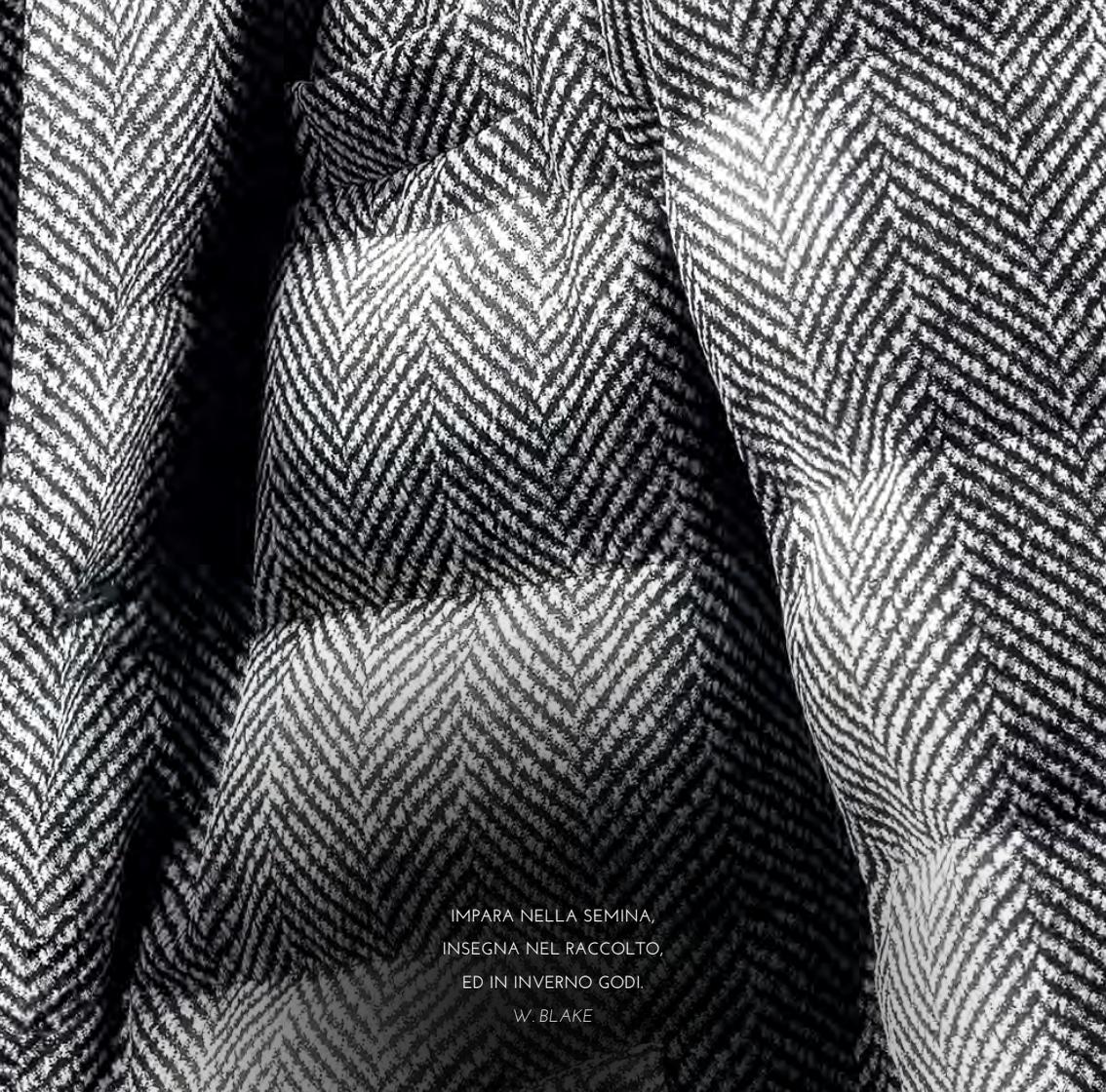




È SEMPLICE RENDERE LE COSE COMPLICATE,
MA È COMPLICATO RENDERLE SEMPLICI.

A. BLOCH





IMPARA NELLA SEMINA,
INSEGNA NEL RACCOLTO,
ED IN INVERNO GODI.

W. BLAKE





LA REALTÀ È UNA SEMPLICE ILLUSIONE,
SEBBENE MOLTO PERSISTENTE.

A. EINSTEIN





Laminar



HERNO LAMINAR
CONTINUA SULLA STRADA
DELL'INGEGNERIA SARTORIALE.
LA TECNOLOGIA È AL SERVIZIO DELLA MODA:
PERFORMANCE DALL'ACTIVE SPORT
PER CAPI DAL TRATTO DECISAMENTE URBANO.

HERNO LAMINAR
CONTINUES ON THE WAY
OF SARTORIAL ENGINEERING.
TECHNOLOGY IS AT THE SERVICE OF FASHION:
ACTIVE SPORT PERFORMANCE
FOR ITEMS WITH AN URBAN PROFILE.



CHI NON HA AFFRONTATO LE AVVERSITÀ
NON CONOSCE LA PROPRIA FORZA.

B. JONSON



L'EVOLUZIONE NON È UNA FORZA MA UN PROCESSO;
NON UNA CAUSA MA UNA LEGGE.

J. MORLEY





CHI DICE CHE È IMPOSSIBILE
NON DOVREBBE DISTURBARE CHI CE LA STA FACENDO.

A. EINSTEIN

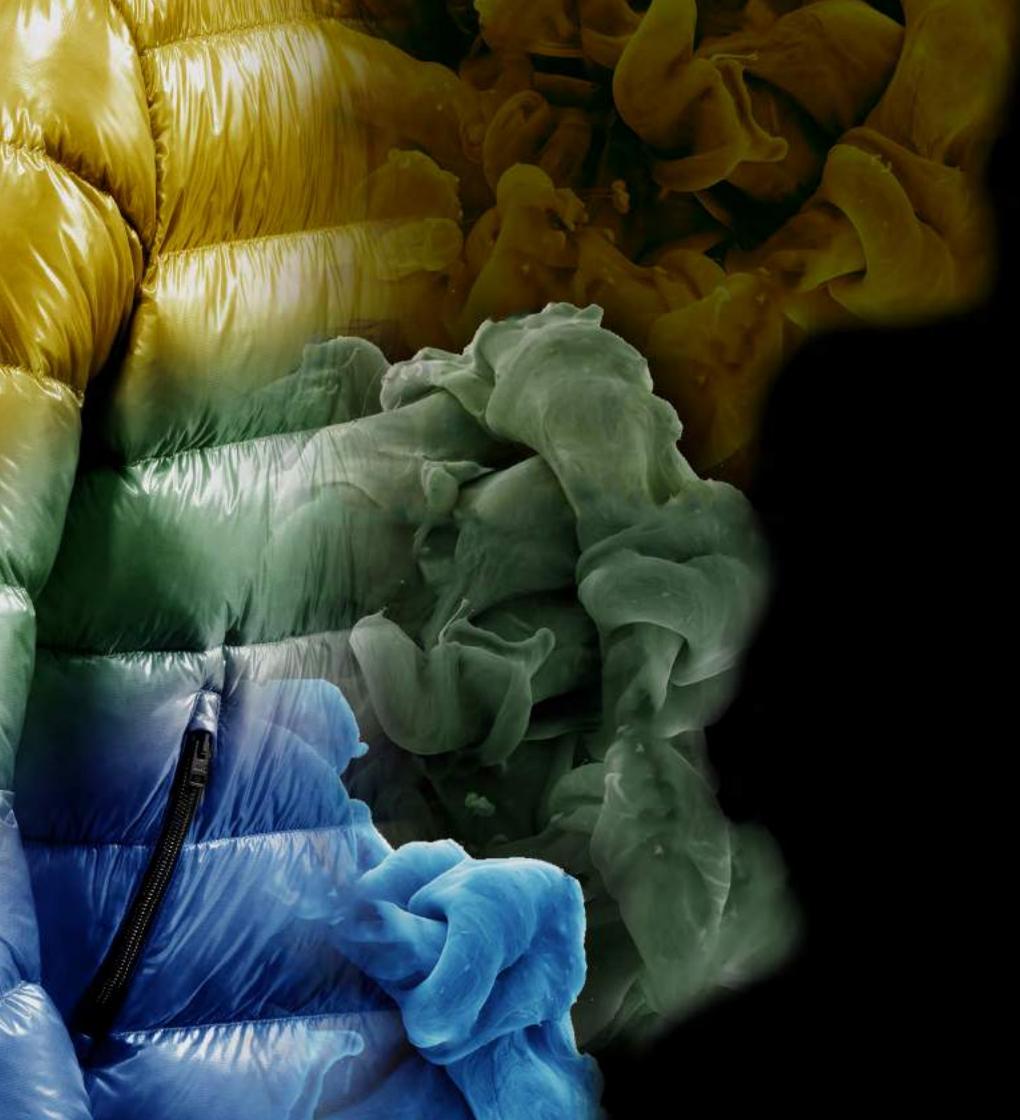


A close-up, black and white photograph of a quilted jacket. The image focuses on the texture of the fabric and the stitching between the puffy sections. The lighting creates strong highlights and deep shadows, emphasizing the three-dimensional quality of the quilted structure.

IL NERO È UN COLORE IN SÉ,
CHE RIASSUME E CONSUMA TUTTI GLI ALTRI

H. MATISSE





7DEN



IL PROGRESSO È LA CAPACITÀ DELL'UOMO
DI COMPLICARE LA SEMPLICITÀ.

T. HEYERDAHL



HERNO

HERNO

MILANO

VIA SANT'ANDREA 12

0039 02 94432789

TOKYO

IF, G-BUILDING MINAMIAOYAMA

01 A, 5-4-48 MINAMIAOYAMA, MINATO-KU

0081 036427 2480

ROMA

VIA BORGOGNONA 4G/4E

0339 06 678797

SEOUL

LOTTE MAIN

130 NAMDAEMUNNO 2-GA. JUNG-GU

0082 2 2118 6024

HYUNDAI MAIN

165 APGUJEONG RO. GANGNAM - GU

0082 2 3449 5965

HYUNDAI COEX

TEHERAN - RO. GANGNAM - GU

0082 2 3467 8377

MOSCA

VREMENA GODA GALLERIES

48 KUTUZOVSKY PROPEKT

007 (495) 225 61 64

SYLT

GURSTIG 17

0049 4651 30303

TOKYO

NIHOMBASHI TAKASHIMAYA
2F, 2-4-1 NIHOMBASHI, CHUO-KU
0081(0)3-3241-8741

NIHOMBASHI MITSUKOSHI
6F MAIN BUILDING, 1-4-1
NIHOMBASHIMUROMACHI, CHUO-KU
0081(0)3-3231-3685

HANKYU MENS
3F, 2-5-1 YURAKUCHO, CHIYODA-KU
+81(0)3-6252-5334

KYOTO

DAIMARU
2F, 79 SHIJO STREET TAKAKURA
NISHIIRI TACHIURINISHIMACHI,
SHIMOGYO-KU
0081(0)75-241-6534

NAGOYA

MATSUZAKAYA
2F MAIN BUILDING, 3-16-1 SAKAE, NAKA-KU
0081(0)52- 264-2075

SAPPORO

MITSUKOSHI
5F, 3-8 MINAMI-1-JONISHI, CHUO-KU
0081(0)11-222-8276

YOKOHAMA

TAKASHIMAYA
2F, 1-6-31 MINAMISAIWAI, NISHI-KU
0081(0)45-316-1342

OSAKA

HANKYU UMEDA
5F MAIN BUILDING,
8-7 KAKUDA-CHO,KITA-KU
0081(0)6-6313-8347
HANKYU MENS
3F, 7-10 KAKUDA-CHO,KITA-KU
0081(0)6-6315-8844

MILANO

LA RINASCENTE
PIAZZA DUOMO
0039 02 88521

LONDRA

HARVEY NICHOLS
109-125 KNIGHTSBRIDGE
0044 (0) 207 201 8784

BERLINO

KADEWE
TAUENTZIENSTRASSE 21 -24
0049 3021210

ZURIGO

JELMOLI
SEIDENGASSE 1
0041 44 220 44 11

HERNO HQ

VIA OPIFICI, 100 - LESA (NO)

ITALY

WWW.HERNO.IT