



Pirettan tehtaat sijaitsevat Kuopiossa.

PIRETTA OY

Piretta Oy perustettiin vuonna 1967 Kuopioon. Vaatetustuotteiden kysyntä Suomessa oli vaihtelevaa, vientimarkkinoita ei oltu avattu länteen ja Neuvostoliittoon vienti oli vaikeuksissa. Täsmällinen kohderyhmäajattelu – muodikkaita päällysvaatteita nuorille naisille – ja designerien mukaantulo suunnitteluun vaikutti, että liikevaihto kasvoi nopeasti ja vienti alkoi 1971. Tärkeimmiksi vientialueiksi muodostuivat Ruotsi ja Norja.

1970-luvun lopussa uusien pukeutumiskulttuurien syntyessä ryhdyttiin kehittämään rinnakkaismallistoa entistä nuoremmalle kohderyhmälle. Uusi tuotelinja eriytettiin 1980 P.T.A.-marketing Oy:ksi, joka alkoi valmistaa asukokonaisuuksia myös miehille ja myi muitakin kuin itse valmistettuja tuotteita.

Yhtiöt fuusioitiin vuonna 1983 Piretta-P.t.a. Oy:ksi. Tänäpäin se on vaatetusalan teollisuutta, maahantuontia ja markkinointia harjoittava yritys, jolla on tuotantolaitokset Kuopiossa, Iisalmessa ja Pietarsaassa. Konsernin henkilöstön määrä on tällä hetkellä 730, josta Suomessa 690.

Piretta-P.t.a.:lla on tytäryhtiöt Ruotsissa, Tanskassa, Norjassa ja Englannissa. Tytäryhtiöt markkinoivat emoyhtiön valmistamia tuotteita kohdemaassa sekä tuovat asukokonaisuuksiin kuuluvia oheistuotteita kolmansista maista. Piretta-P.t.a.:n Portugalissa sijaitsevan tytäryhtiön tehtävänä on oheistuotteiden valmistaminen ja valmistuksen valvonta Portugalissa.

Konsernin liikevaihto oli vuonna 1987 noin 200 miljoonaa ja emoyhtiön noin 182 miljoonaa, josta

kotimaan osuus oli 38%, länsiviennin 60% ja itäviennin 2%.

Piretta-P.t.a. markkinoi tarkoin segmentoituja naisten, miesten ja nuorten merkkituotteita: Piretta, P.T.A. ja ST. Jacques. Kunkin tuotemerkin mallistot koostuvat toimitusjaksoittain uusiutuvista pukeutumiskokonaisuuksista. P.T.A.:n kohderyhmänä on nuori, kansainvälistä muotia seuraava persoonallisesti pukeutuva nainen.

Pirettan kohderyhmä on muoti- ja laatutietoinen itsenäinen, viimeisen muodin mukaan pukeutuva nainen, joka ilmentää pukeutumisellaan hyvää makua.

St. Jacques'in kohderyhmä on menestyvä, kansainvälinen ja nuorekas "eurooppalainen" mies, jolla on varaa arvostaa laatua ja muodikkautta.