

GUCCI  
GG

## ردپای تام فورد در محصولات گوچی

در ۲۶ مارس ۱۸۸۱ گوچیو گوچی (Guccio Gucci) در شهر فلورانس ایتالیا به دنیا آمد. در سال ۱۸۹۸ او به لندن رفت و برای مدتی در آشپزخانه یک هتل مشغول به کار شد.

در آنجا بود که با نوع و سبک لباس پوشیدن مسافرانی که به هتل وارد می‌شدند،

آشنا شد و پس از بازگشت به ایتالیا به فروش وسایل چرمی و زین اسب پرداخت

که موفقیت فراوانی در پی داشت. با گذشت زمان شرکت او به سمت یک نام تجملی گسترده‌تر گرایش یافت و در دهه شصت مورد توجه ثروتمندان بین‌المللی آن زمان قرار گرفت. گوچی یک چرم‌کار ماهر بود که کارهای خود را با تزئین به‌وسیله یک نوار سبز و قرمز و قطعه کوچک فلزی (که از زین و لگام اسب ایده گرفته بود) از دیگران متمایز می‌ساخت.

گوچی در سال ۱۹۲۱ یک خانه مد به نام خود در فلورانس بنا کرد و در آن به فروش کالاهای چرمی و لوازم تزئین شده با نقوش سوارکاری پرداخت. در سال ۱۹۳۲ نیز نوعی کفش راحتی ابداع کرد که تنها کفشی است که به موزه هنرهای معاصر نیویورک راه یافته است.

در سال ۱۹۳۸ اولین بوتیک گوچی در خیابان کاندوتی شهر رم افتتاح شد که یکی از معروف‌ترین خیابان‌های آن زمان در زمینه مد بود. کیف دستی‌های گوچی که با دسته بامبو ساخته می‌شد، در سال ۱۹۴۷ معرفی شد و به سرعت به محبوبیت بسیار بالایی رسید.

بوتیک‌های دیگر یکی پس از دیگری در سراسر جهان گشایش یافتند و تمامی آنها توسط پسران گوچی، آلدو، یوگو، واسکو و رودولفو اداره می‌شدند.

در سال ۱۹۵۳ گوچی درگذشت و مدیریت شرکت به پسرانش رسید. آلدو، اولین بوتیک را در نیویورک تاسیس کرد و با جذب مشتریانی نظیر گریس کلی، ژاکلین کندی، ادری هیپورن و... گوچی تبدیل به یک مارک جهانی شد. سپس آنها شرق دور را هدف قرار دادند و در سال ۱۹۶۰ شعبه‌های توکیو و هنگ‌کنگ را افتتاح کرده و دامنه فعالیت‌های شرکت را گسترش دادند.

در سال ۱۹۸۳ رودولفو به علت بیماری سرطان فوت کرد و پسر او به نام ماریزیو سهم او را به ارث برد



# Brand

و جای او را گرفت. ماریزیو که پنجاه درصد سهام شرکت به او تعلق داشت، در سال ۱۹۸۹ مدیریت گوچی را به عهده گرفت. پنجاه درصد دیگر گوچی به شرکت اینوست کروپ (Investcorp) از کشور بحرین فروخته شد.

در طی دهه ۱۹۹۰ اختلافات فراوانی بین این دو شریک بروز کرد و کار به دادگاه کشیده شد. سال بعد شرکت گوچی بیش از ۳۷ میلیون دلار ضرر کرد که شوک بسیار بزرگی برای مالکان آن بود.

در سال ۱۹۹۲ طرح معروف کالاهای لوکس تام فورد به گوچی پیوست و به همراه «دان ملو» معاون اجرایی شرکت، از طریق کاهش محصولات و ساماندهی دوباره تولیدات، هزینه‌ها را کاهش دادند. تا سال ۱۹۹۴ وضع مالی شرکت بهتر شد. در آن زمان گالش چوبی و چرمی طراحی شده توسط تام فورد بسیار مورد استقبال قرار گرفته بود. ماریزیو در سال ۱۹۹۵ به قتل رسید و همسرش مجرم شناخته شد.

مجموعه‌های ارائه شده توسط فورد در سال‌های بعدی موفقیت‌های فراوانی برای شرکت گوچی به دنبال داشت و اوضاع را به کلی دگرگون کرد. گوچی روز به روز بهتر شد و فورد کفایت و شایستگی خود را به اثبات رساند. گوچی همواره مورد علاقه بسیاری از هنرپیشگان سینمایی و افراد مشهور بوده است جکی اناسیس، سوفیا لورن، الیزابت تیلور و مدنا از جمله مشتریان گوچی بوده‌اند.

تام فورد آخرین مجموعه خود را در فوریه ۲۰۰۴ در میلان عرضه کرد و با پایان یافتن قراردادش با گوچی در مارس همان سال این شرکت را ترک کرد. خانم الساندرا فاشینتی که در سال ۲۰۰۰ به گوچی پیوسته و ۴ سال در کنار فورد کار کرده بود به عنوان مدیر جدید گوچی منصوب شد. فورد در این مدت به استعداد درخشان وی در طراحی لباس‌های فاخر شب پی برده بود.

در سال ۲۰۰۴ در شبی که «چارلیز ترول» جایزه اسکار بهترین هنرپیشه زن برای فیلم هیولا را دریافت کرد، لباس طراحی شده توسط تام فورد را بر تن داشت. الساندرا اولین مجموعه خود را در سپتامبر ۲۰۰۴ در میلان ارائه کرد. بعد از گذشت یک سال وی به خاطر عدم توافق با مدیریت شرکت استعفا داد و «فریدا جیانینی» جای او را گرفت. جیانینی هم اولین مجموعه لباس‌های خود را در سپتامبر ۲۰۰۵ به نمایش گذاشت و تا به امروز نیز به عنوان طراح گوچی مشغول به کار می‌باشد. این مارک در زمینه لباس نیز به اوج خود رسید و در سال ۲۰۰۶ با درآمدی بالغ بر ۶/۷ میلیارد یورو، پس از لویی ویتون در مقام دومین مارک پر فروش قرار گرفت.

حالا دیگر گوچی یکی از سودآورترین خانه‌های مد در ایتالیا است و طبق نظرسنجی انجام شده از ۲۵ هزار نفر مصرف‌کننده و خریدار آنلاین در ۴۸ کشور دنیا توسط موسسه تحقیقات علمی- تجاری نیلسن،

به عنوان مطلوب‌ترین و محبوب‌ترین مارک دنیا برگزیده شده. این کمپانی انواع محصولات چرمی و عطر و ادکلن را طراحی و تولید و به بازار جهانی عرضه می‌کند. کمپانی گوچی هر هفته جزو بهترین تولیدکنندگان عطر و ادکلن در مجله بیزینس ویک انتخاب می‌شود. شهرت

و کیفیت محصولات گوچی طرفداران خوبی را در سطح جهان مخصوصا اروپا به دست آورده است و در سال گذشته میلادی درآمدی بالغ بر ۲/۲ میلیارد یورو را از آن خود کرد.

# MANGO

## مانگو چگونه برند شد؟

ایزاک آندیک، موسس گروه پوشاک اسپانیایی مانگو، با ثروت ۴/۸ میلیارد دلار صد و شصت و هفتمین فرد ثروتمند دنیا به شمار می‌رود. وی فردی مشهور در صنعت کسب و کار مد و پوشاک در اسپانیا و جهان به شمار می‌رود. ایزاک آندیک ارمی در سال ۱۹۵۵ در شهر استانبول در ترکیه به دنیا آمد.

خانواده او در دهه ۱۹۵۰ به ترکیه مهاجرت کردند. آندیک کسب و کار مد و کالاهای لوکس را در سال ۱۹۷۲، زمانی که تنها ۱۷ سال داشت، شروع کرد. در واقع او که در آن زمان از سفری بازگشته بود تعدادی از پیراهن‌هایی را که با خود آورده بود به قیمت دو برابر مبلغی که برای آن پرداخته بود به تعدادی از فروشگاه‌های لباس فروخت.

زمانی که آندیک به اولین درآمد یک میلیونی خود دست یافت تصمیم گرفت فعالیت خود را گسترش دهد و شروع به کردن کت‌های دست‌دوز از افغانستان کرد.

وی زمانی که تنها ۱۸ سال داشت یک ماشین خرید و به وسیله آن لباس‌هایی را که وارد می‌کرد در اسپانیا می‌فروخت. موفقیت او همچنان ادامه پیدا کرد و آندیک فروش کفش را نیز به کسب و کار خود اضافه کرد.

آندیک با گسترش روزافزون کسب و کارش در نهایت در سال ۱۹۸۴ اولین فروشگاه مانگو را در بارسلونا بازگشایی کرد و تصمیم گرفت یک برند به نام مانگو را برای فروشگاه

# Brand



خود خلق کند.

تعداد فروشگاه‌های مانگو تا یک سال بعد به ۵ فروشگاه در بارسلونا و یک فروشگاه در والنسیا رسید. کسب و کار آندیک آنقدر سریع رشد کرد که طی ۱۰ سال توانست بیش از ۱۰۰ فروشگاه در سرتاسر اسپانیا بازگشایی کند. مانگو از آن زمان به‌طور چشمگیر و سریعی گسترش داشت، به طوری که تا سال ۲۰۰۴ این شرکت بیش از ۷۰۰ فروشگاه در ۷۲ کشور دنیا در اروپا، آسیا، آفریقا و آفریقای جنوبی باز کرده بود.

این رشد بر اساس فرمولی بود که شاید در نگاه اول ساده به نظر برسد و آن هم ارائه محصولات انحصاری، با طراحی و کیفیت عالی است که چون به طور انبوه عرضه نمی‌شوند خاص و منحصر به فرد شناخته می‌شوند. مانگو با این فلسفه تبدیل به رقیبی اصلی برای نام‌های بزرگ در صنعت مد و پوشاک شد و موفقیت برند آن از مرزهای اسپانیا هم فراتر رفت. آندیک به خوبی می‌دانست برای اینکه بتواند برند خود را ارتقا بدهد به فضایی جوان و نوآورانه به عنوان کلید موفقیت احتیاج دارد.

کلید موفقیت دیگر این شرکت بی‌شک سیستم فرانیشیز آن در فروشگاه‌ها است. زیرساخت بسیار مدرن و لجستیک کارآمد مانگو باعث شده تا بتواند نیازهای تمامی شعبه‌های خود در ۵ قاره را به خوبی پوشش دهد.

در حال حاضر بیش از ۱۲۰۰ فروشگاه این شرکت در ۹۲ کشور دنیا فعالیت می‌کنند و فروشی ۲ میلیارد دلاری را برای این شرکت به ارمغان می‌آورند. در حال حاضر این شرکت دومین صادرکننده پوشاک زنان

در اروپا محسوب می‌شود.

ایزاک آندیک ازدواج کرده و سه فرزند دارد. وی در حال حاضر ساکن شهر بارسلونا است. وی به شدت از انظار عمومی دوری می‌کند، به شکلی که تا سال ۲۰۰۶ تقریباً در هیچ جمعی به شکل علنی حضور نداشته و هیچ عکسی هم از او در دسترس نبوده است البته این وضعیت به تدریج تغییر کرده است.



# ESPRIT

## اسپریت چگونه برند شد؟

در سال ۱۹۶۸ یک زن و شوهر آمریکایی لباس‌هایی را در یک فولکس واگن سفید رنگ به فروش می‌رساندند. این نخستین لباس‌هایی بود که با نام اسپریت تولید می‌شد؛ پوشاکی که تولیدکنندگانش توانستند در سال ۱۹۷۱ نام آن را به صورت رسمی ثبت کنند. اسپریت قبلاً تنها یک تولیدکننده صرف لباس بود، اما با گذشت زمان و به دست آوردن مخاطبان فراوان، نوع تولیدات خود را افزایش داد.

اسپریت یکی از برندهایی است که ۴۴ سال از نخستین قدم‌هایش با عرضه در آن قورباغه سفید می‌گذرد. در طی همه این سال‌ها و موفقیتی که به مرور در بازار به دست آورده، انواع تولیدات خود را چنان گسترده کرده که امروز به یک برند جهانی تبدیل شده است. در حال حاضر علاوه بر پوشاک، انواع کیف و کفش، عطر و عینک، ساعت‌های مچی و بدلیجات حتی لوازم خانگی متنوعی را با این برند در بازار می‌بینیم.

بازار ایران بخصوص تهران نیز با چندین و چند نمایندگی، پر از انواع تولیدات رایج این برند است؛ البته بیشترین تعداد آنها مربوط به ساعت است که از شمال و جنوب تا شرق و غرب پایتخت را پوشش داده‌اند. قیمت لباس‌های اسپریت در ایران نه آن قدر گران است که توان خرید آنها را نداشته باشیم و نه آن قدر ارزان که با دیدنشان خوشحال شویم و بلافاصله اقدام به خرید کنیم!



# Brand

## پوشاکی ساده اما جذاب

اغلب لباس‌های اسپیریت طراحی‌های بسیار ساده‌ای دارند، بدون هیچ پیچیدگی خاصی. موضوعی که باعث تنوع و محبوبیت این لباس‌ها شده استفاده از رنگ‌های شاد و روشن است. پیراهن‌های مردانه این برند اغلب از پارچه‌های چهارخانه دوخته شده که ترکیب رنگ‌های زیادی را در خود دارند. شلوارها و تی‌شرت‌ها نیز به همین صورت؛ حتی برای دوخت کیف و کفش‌های اسپیریت هم از پارچه‌های برزنتی و کتان با رنگ‌های روشن استفاده شده است. در کلکسیون پوشاک اسپیریت انواع لباس‌های اسپورت و نیمه‌رسمی را در دسترس خواهید داشت.

برای انتخاب شلوار در یکی از فروشگاه‌های اسپیریت می‌توانید بین نمونه‌های جین، کتان و پارچه‌ای یکی را انتخاب کنید. برای خرید یکی از این شلوارها باید دست‌کم ۶۰ هزار تومان پرداخت کنید. پیراهن‌های مردانه اسپیریت از ۵۰ تا ۸۰ هزار تومان در نمایندگی‌ها عرضه می‌شوند و برای خرید تی‌شرت‌های مردانه نیز از ۴۰ هزار تومان به بالا حق انتخاب دارید. این قیمت‌ها برای برخی لباس‌های زنانه مناسب‌تر است. برای مثال تی‌شرت‌های زنانه از ۳۰ هزار تومان و شلوارهای آنها از ۴۰ هزار تومان قیمت دارند. کیف‌های بسیار ساده این برند را که از پارچه‌های برزنتی یا چرم‌های مصنوعی تولید می‌شوند، نمی‌توانید زیر ۸۰ هزار تومان بخرید.

## زیورآلات اسپیریت

هر طراح جواهر و زیورآلات یک نشانه در طراحی‌هایش از خود می‌گذارد که در اصل امضای آن است و طراح اسپیریت در بیشتر طراحی‌های خود زیبایی سنگ‌ها را نادیده نگرفته و حتی با قرار دادن یک قطعه کوچک از یک سنگ آن را در طراحی خود به کار برده است. هر چند این سنگ‌ها اصلاً قیمتی نیستند و تنها جنبه تزئینی دارند اما قیمت زیورآلات سنگدار بالاتر از نمونه‌های ساده است و گران‌تر عرضه می‌شود.

اسپیریت یک برند با کیفیت مناسب و قیمت نسبتاً مناسب نسبت به برندهای دیگر است. از آنجا که نمونه‌های زیادی از روی طراحی‌های این برند ساخته و در بازار عرضه می‌شوند باید بتوانید نمونه اصل را از بقیه تولیدات تشخیص دهید. ساده‌ترین نشانه برای تشخیص این برند این است که نام برند روی تمام محصولات آن حک شده مخصوصاً نمونه‌های استیل هر کدام در یک قسمت که به راحتی قابل رویت است.

