

جورجو آرمانی، طراحی برای تمامی فصول؛ دکتر طراح مد

مختلف به آرنا یا همان تماشاخانه باستانی ورونا می‌رفت، رفته‌رفته با روحیه حساس و هنرمندانه خود بیشتر آشنا شد. در نهایت صمیم گرفت مسیر شغلی خود را عوض کند

◀ چرخش به سوی فشن

جورجو پس از دو سال خدمت در ارتش به سمت صنعت فشن کشیده شد و نهایتاً به‌عنوان طراح ویتترین و فروشنده در فروشگاه لاریناسنته میلان مشغول به کار شد. در همین دوره وظیفه نمایش محصولات جدید این فروشگاه که عمدتاً پوشاکی خارجی و باکیفیت بودند، بر عهده او قرار گرفت.

جورجو با توجه به دانشی که طی این مدت در زمینه مارکتینگ پوشاک پیدا کرده‌بود، تبدیل به فروشنده پوشاک مردانه شد، اما مهم‌ترین گام او، در دهه ۶۰ میلادی، پیوستن به شرکت نینو چروتی، طراح و کارآفرین ایتالیایی، بود. آرمانی در این شرکت نقش طراح پوشاک مردانه را بر عهده گرفت. مهارت او به حدی بود که طی یک دهه علاوه بر طراحی برای چروتی، به‌عنوان یک طراح فریلنسر هم فعالیت می‌کرد.

اواخر دهه ۶۰ بود که جورجو با سرژیو گالیوتی آشنا شد؛ یک معمار جوان ایتالیایی. این آشنایی شروع رابطه‌ای بود که چندین سال دوام آورد. گالیوتی در سال ۱۹۷۳ به جورجو پیشنهاد کرد که دفتر طراحی خود را در میلان تاسیس کند. این مسئله

صنعت فشن یکی از پیشران‌های برندسازی شخصی در جهان به حساب می‌آید، به همین دلیل نام بسیاری از برندهای این صنعت با بنیانگذارشان یکی است. طی چند دهه اخیر، یکی از پرتکرارترین نام‌های این صنعت شرکت آرمانی است که نام خود را از بنیانگذار مشهورش می‌گیرد: جورجو آرمانی.

آرمانی در روزهای ابتدایی تابستان سال ۱۹۳۴ در شهر پیاچنزا ایتالیا به دنیا آمد. او فرزند میانی یک خانواده ۵ نفره بود و در کنار برادر بزرگتر، خواهر کوچکتر، مادر و پدرش که به حسابداری اشتغال داشت، زندگی خود را آغاز کرد.

در روزهای ابتدایی تحصیلش در مدرسه راهنمایی این‌طور به نظر نمی‌رسید که روزی این کودک تبدیل به یکی از بزرگ‌ترین چهره‌های دنیای مد و فشن شود. زمانی که در مدرسه لیچتو ساینترفیکوی میلان مشغول تحصیل بود، بیشتر علاقه‌مند بود که روزی پزشک شود و این علاقه با خواندن کتاب «دژ» نوشته جی.ای. کرانین در دل او شکل گرفته‌بود. اتفاقاً همین‌طور هم شد و جورجو نهایتاً وارد دانشکده پزشکی دانشگاه میلان شد، اما در سال ۱۹۵۳ یعنی تنها سه سال پس از ورود به این دانشکده از تحصیل انصراف داد و به ارتش پیوست.

جورجو که سابقه تحصیل در دانشکده پزشکی را داشت، در قالب ارتش هم به همین فعالیت ادامه داد. ارتش ایتالیا او را به بیمارستان نظامی ورونا فرستاد. همین گام کوچک دنیای جورجوی جوان را عوض کرد. او که برای تماشای نمایش‌های





خط عینک آرمانی و در سال ۱۹۸۹ خط کالکشن هدی های آرمانی را تاسیس کرد. آرمانی در سال ۱۹۹۱ با پروژه آرمانی اکسپنچ خود سعی کرد وارد بازار انبوه آمریکا شود و لباس های شیک را با قیمت های پایین روانه این بازار کند.

در سال ۱۹۹۵ هم با توسعه خط پوشاک اسکی آرمانی روبرو بودیم. سال ۱۹۹۸ بود که آرمانی قصد ورود به بازار چین را کرد. مسئله جالب در تمام این تحولات، علاقه آرمانی به تاثیر گرفتن از فرهنگ های دیگر بود. برای مثال تاثیر زیادی از طراحی لباسی ژاپنی در کارهای آسیایی خود پذیرفت.

پس از گسترش شدیدی که در دهه ۹۰ میلادی صورت گرفت، سال ۲۰۰۰ از راه رسید که مصادف با ۲۵ امین سالروز تاسیس شرکت آرمانی هم بود. در این سال با حجم خیره کننده ای از فعالیت های مالی روبرو بودیم که شامل فروش سهام و خریداری ظرفیت های جدید تولید می شود.

هدف آرمانی از این فعالیت ها، افزایش کنترل روی کیفیت و توزیع محصولاتش بود. آرمانی در سال ۲۰۰۱ به عنوان موفق ترین طراح ایتالیایی تبار شناخته شد. جدای از بحث فعالیت آرمانی در تولید پوشاک تیم های ورزشی که به طور ویژه به آن خواهیم پرداخت،

فعالیت های جالب دیگری هم می توان در رزومه او پیدا کرد. برای مثال طراحی لباس گلوبازی گلوباز معروف اسپانیایی، کایتانو ریورا، در سال ۲۰۰۸ یکی از این اقدامات است.

یکی دیگر از زمینه های فعالیت آرمانی، طراحی دکوراسیون داخلی هتل های معروف بود. برای مثال او در سال ۲۰۰۵ طی قراردادی با شرکت اعمار، مسئولیت طراحی و نظارت بر طراحی و سبک فضای داخلی هفت هتل لاکچری این هلدینگ بزرگ را بر عهده گرفت.

هتل آرمانی در آوریل ۲۰۱۰ در برج خلیفه دبي، بلندترین ساختمان جهان، افتتاح شد. این هتل شامل ۳۹ طبقه پایینی این ابرساختمان اماراتی می شود.

طراحی داخلی این هتل بر عهده یکی دیگر از شاخه های فعالیت آرمانی بوده است: آرمانی رزیدنس. این شرکت که در ارائه طراحی و حتی وسایل لازم برای دکوراسیون داخلی فعالیت می کند، یکی دیگر از دلایل مهمی است که این غول صنعت فشن را به ثروت تقریبی ۱۰ میلیارد دلاری رسانده است. البته در این میان نباید از فعالیت او در صنعت موسیقی هم چشمپوشی کرد.

به طور کل اگر قرار باشد دامنه علایق و فعالیت های این مرد تقریباً ۹۰ ساله را در نظر بگیریم، نیازمند صفحات یک کتاب قطور هستیم!

هنر و ورزش

آرمانی جدا از فعالیت در صنعت فشن، روحیه هنری بسیار لطیفی هم دارد و علاوه بر این روحیه لطیف هنری به ورزش هم علاقه مند است. او رییس باشگاه بسکتبال المپیا میلانو و طرفدار باشگاه اینترمیلان است. آرمانی تاکنون دوبار لباس تیم ملی فوتبال انگلیس و یک بار لباس باشگاه چلسی را طراحی کرده است.

علاوه بر این مسائل، او یک بار لباس حمل کننده پرچم ایتالیا در مراسم افتتاحیه المپیک زمستانی ۲۰۰۶ تورین و یونیفورم ورزشکاران ایتالیایی در المپیک ۲۰۱۲ لندن را هم طراحی کرده است.

منبع: آینده نگر

منجر به دوره های همکاری گسترده شد که طی آن آرمانی به عنوان طراح برای برندهای پرشماری کار کرد.

رسانه های بین المللی به سرعت متوجه اهمیت آرمانی در صنعت فشن شدند و او هم دست به نوآوری در سبک طراحی خود زد. حالا که جورجو انزوی و آمادگی لازم برای توسعه کسب و کار خود را داشت یک فکر خوب به ذهن او و دوستش گالیوتی رسید. نتیجه این شد که در ۲۴ ژوئیه سال ۱۹۷۵، شرکت جورجو آرمانی در میلان تاسیس شد و چند ماه بعد، در ماه اکتبر، اولین کالکشن این شرکت روانه بازار شد.

تولیدکنندگان ایتالیایی هم تصمیم گرفتند تا خلاً موجود در این بازار را با سرمایه گذاری روی طراحان داخلی پر کنند و در این کار ولخرجی قابل توجهی کردند. این گروه هم تولید و بازاریابی پوشاک را تامین مالی می کردند، هم از سود درصدی به طراح ها می پرداختند. طراحان جدیدی مانند آرمانی حالا می توانستند بدون ایجاد بدهی کسب و کار خود راه بیندازند و بدون هیچ هزینه ای به فشن شوها و کمپین های تبلیغاتی پیوندند.

سال های آرمانی

آرمانی طی این سال ها کاملاً مشخص کرده که هم حامی صنعت فشن است، هم می خواهد از زمانی که دارد برای اضافه کردن چیزی به دنیای هنر استفاده کند. برای مثال در مورد موزه هنر مدرن، آرمانی بارها از نمایش نیویورک این موزه «نمایش پیر پائولو پازولینی: چشمان یک شاعر» دیدن کرد.

این نمایش نشان دهنده داستانی از فضای درونی و ذهنی پازولینی - کارگردان مشهور ایتالیایی - بود که طی آن ۲۲ فیلم برای تماشاگران پخش شد. گرچه پازولینی به چیزهای متنوعی مشهور بود، همین که بدانیم عمده آثار او در قالب فیلم و نوشته منتشر شده اند، متوجه می شویم که چقدر آرمانی دل در گروی هنر داشت. یکی دیگر از اقدامات مهم آرمانی در راستای تقویت صنعت فشن، ایجاد رابطه ای نوآورانه با بقیه فعالان این صنعت بود.

برای مثال در سال ۱۹۷۸، طی توافقی بین آرمانی و گروه فیئاتزاریو تسلیه، این امکان پدید آمد که لباس های لوکس آماده در یک فضای تولیدی ساخته شوند و ناظر اصلی آنها خود طراح شرکت باشد. آرمانی پس از تاسیس کورپوریشن خود در سال ۱۹۷۹ شروع به تولید پوشاک برای ایالات متحده کرد و خط تولید مین (اصلی) را برای زنان و مردان پدید آورد.

لیبل آرمانی به سرعت تبدیل به یکی از نام های اصلی فشن دنیا شد و سالانه چندین خط محصول جدید به آن اضافه شد که از بین آنها می توان به پوشاک زیر، پوشاک شنا و اکسسوری های گوناگون اشاره کرد.

همکاری های آرمانی دیگر محدود به پوشاک نبود. او در اوایل دهه ۸۰ میلادی طی توافقی مهم با شرکت لورئال، شروع به تولید عطر و لوازم آرایشی با لیبل آرمانی بیوتی کرد.

در ادامه دهه ۸۰، علی رغم فوت گالیوتی در سال ۱۹۸۵، آرمانی به گسترش افق های تجاری شرکت خود ادامه داد و توافقی های گسترده دیگری را ایجاد کرد. او آرمانی ژاپن را راه اندازی کرد و در سال ۱۹۸۷ خط جوراب آرمانی، در سال ۱۹۸۸