

# صناعة الموضة في إيطاليا



مروان سمور



# صناعة الموضة في إيطاليا

الكاتب  
مروان سمور

لى روح بى

لى امى الحبيبة

إلى جميع من أحبهم

إلى وطني الحميد

أهدي هذا الكتاب

مقدمة

المعجزة الاقتصادية الإيطالية

المعجزة الاقتصادية الإيطالية أو الطفرة الاقتصادية الإيطالية مصطلح استخدم من قبل المؤرخين والاقتصاديين ووسائل الإعلام لتحديد الفترة الطويلة للنمو الاقتصادي القوي في إيطاليا بعد الحرب العالمية الثانية وحتى أواخر الستينيات، وخاصة السنوات من 1958 إلى 1963. لم تمثل هذه المرحلة من التاريخ الإيطالي حجرًا أساسيًا في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلد فحسب، والتي تحولت من دولة فقيرة إلى قوة صناعية عالمية، بل ومثلت أيضًا فترة من التغيير الهائل في المجتمع الإيطالي والثقافة الإيطالية. كما لخصها أحد المؤرخين، بحلول نهاية

السبعينيات، «أصبحت تغطية الضمان الاجتماعي شاملة وسخية نسبيًا. تحسن مستوى المعيشة المادي بشكل كبير بالنسبة للغالبية العظمى من السكان.»

## التاريخ

بعد نهاية الحرب العالمية الثانية، كانت إيطاليا في حالة خراب وكانت تترجح تحت احتلال الجيوش الأجنبية، ما أدى إلى تفاقم فجوة التنمية مع الاقتصادات الأوروبية الأكثر تقدمًا. لكن المنطق الجيوسياسي الجديد للحرب الباردة حول العدو السابق إيطاليا -البلد المفصلي بين أوروبا الغربية والبحر الأبيض المتوسط، والتي أصبحت ديمقراطية جديدة هشة مهددة بقربها من الستار الحديدي ووجود قوي للحزب الشيوعي- حليقًا مهمًا للعالم الحر، وبالتالي باتت تتلقى معونات سخية تقدمها خطة مارشال، إذ حصلت على 1.5 مليار دولار من عام 1948 إلى عام 1952. كان من المفترض أن تمثل نهاية خطة مارشال نهاية التعافي بالنسبة للاقتصاد الإيطالي، لكن الحدث تزامن مع اندلاع الحرب الكورية التي زادت من الطلب على المعادن والمنتجات المصنعة الأخرى، ما شكّل محفزًا للاقتصاد الإيطالي، وقد وقر إنشاء السوق الأوروبية المشتركة عام 1957، والتي كانت إيطاليا من بين الأعضاء المؤسسين لها، المزيد من الاستثمارات وخفف من الاستيراد.

وضعت الخلفيات التاريخية المواتية المذكورة أعلاه، إلى جانب توفر مخزون كبير ورخيص من القوى العاملة، أسس النمو الاقتصادي المذهل. استمر الازدهار دون انقطاع تقريبًا حتى أدت الإضرابات الهائلة التي شهدتها «الخريف الساخن» إضافة إلى الاضطرابات الاجتماعية في 1969-1970 التي أتت مقرونة بأزمة النفط عام 1973، إلى إبطاء الاقتصاد تدريجيًا، لكن الاقتصاد الذي لم يعد مطلقًا إلى معدلات نموه المرتفعة بعد الحرب. شهد الاقتصاد الإيطالي معدل نمو متوسط للنتائج المحلي الإجمالي بلغ 5.8% سنويًا بين عامي 1951 و 1963، و5.0% سنويًا بين عامي 1964 و 1973. كانت معدلات النمو الإيطالية في المرتبة الثانية بعد ألمانيا والفارق بينهما لم يكن كبيرًا. من بين بلدان منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، فقط اليابان حققت نتائج أفضل. عام 1963، أثنى الرئيس الأمريكي جون كينيدي شخصيًا على النمو الاقتصادي الاستثنائي لإيطاليا في مأدبة عشاء رسمية

مع الرئيس الإيطالي أنطونيو سيجني في روما، مشيرًا إلى أن «نمو [...] اقتصاد البلاد وصناعتها ومستوى المعيشة فيها خلال سنوات ما بعد الحرب كان استثنائيًا حقًا، فالأمة التي كانت ذات يوم حطامًا، والأمة التي كانت تعاني من بطالة شديدة ومن التضخم، توسعت في إنتاجها وأصولها، واستقرت في تكاليفها وعملتها، وخلقت فرص عمل جديدة وصناعات جديدة بمعدل لا مثيل له في العالم الغربي.»

### المجتمع والثقافة

كان تأثير المعجزة الاقتصادية على المجتمع الإيطالي هائلًا. أدى التوسع الاقتصادي السريع إلى حدوث تدفقات هائلة من المهاجرين من المناطق الريفية في جنوب إيطاليا إلى المدن الصناعية في الشمال. وُجّهت الهجرة بشكل خاص إلى مصانع ما يسمى «المثلث الصناعي»، وهو المنطقة الواقعة بين مراكز التصنيع الرئيسية في ميلان وتورينو وميناء جنوة البحري. تشير التقديرات إلى أنه بين عامي 1955 و 1971، شارك حوالي 9 ملايين شخص في الهجرة بين الأقاليم في إيطاليا، مقتلعين مجتمعات بأكملها وموجدين مناطق حضرية كبيرة.

خلقت احتياجات الاقتصاد والمجتمع الحديث طلبًا كبيرًا على البنى التحتية الجديدة للنقل والطاقة. أُنجزت آلاف الأميال من السكك الحديدية والطرق السريعة في أوقات قياسية لربط المناطق الحضرية الرئيسية، في حين بُنيت السدود ومحطات الطاقة في جميع أنحاء إيطاليا، في كثير من الأحيان دون النظر إلى الظروف الجيولوجية والبيئية. أدت طفرة سوق العقارات، الذي تعرض لضغوط متزايدة بسبب النمو السكاني القوي والهجرات الداخلية، إلى انفجار المناطق الحضرية. بُنيت أحياء شاسعة من الشقق لذوي الدخل المنخفض والمساكن الاجتماعية في ضواحي العديد من المدن، ما أدى على مر السنين إلى مشاكل شديدة من الازدحام والعشوائيات وعنف الشوارع. كانت البيئة الطبيعية تحت ضغط دائم بسبب التوسع الصناعي غير المنظم، ما أدى إلى تلوث الهواء والماء على نطاق واسع، كما أدى لكوارث بيئية مثل كارثة سد فاجونت وحادثة سيفيسو الكيميائية، إلى أن تطور الوعي البيئي (الأخضر) بدءًا من الثمانينيات.



وسط مدينة ميلانو في الستينيات

في الوقت نفسه، كان لمضاعفة الناتج المحلي الإجمالي الإيطالي بين عامي 1950 و 1962 تأثير هائل على المجتمع والثقافة. المجتمع الإيطالي، الريفي إلى حد كبير والمستبعد من فوائد الاقتصاد الحديث خلال النصف الأول من القرن، غمرته فجأة مجموعة كبيرة من السلع الاستهلاكية الرخيصة مثل السيارات والتلفزيونات والغسالات. في الفترة من 1951 إلى 1971، زاد متوسط دخل الفرد بالقيمة الحقيقية ثلاثة أضعاف، وهو اتجاه ترافق مع تحسن كبير في أنماط الاستهلاك وظروف المعيشة. عام 1955، على سبيل المثال، كانت 3% فقط من الأسر تمتلك ثلاجات و1% منها يمتلك غسالات، بينما أصبحت هذه الأرقام 94% و76% على التوالي بحلول عام 1975. إضافة إلى ذلك، أصبح 66% من العائلات (المنازل) تمتلك سيارات. بدأت الإذاعة الوطنية العامة بتقديم خدمة تلفزيونية منتظمة عام 1954.



تم تصوير سيارة فيات 500 عام 1962 في واشنطن العاصمة، الولايات المتحدة الأمريكية.

#### الانتقادات

كثيراً ما كان التأثير الواسع للإعلام الجماهيري والاستهلاك على المجتمع في إيطاليا عرضةً لانتقادات شديدة من قبل بعض المثقفين مثل بيير باولو باسوليني ولوسيانو بياناردى، الذين نددوا به باعتباره شكلاً متسترًا من الانحطاط الثقافي. الأفلام الشهيرة مثل «الحياة السهلة» (1962) و«موستري» (1963) من إخراج دينو ريسي و «إيل بوم» (1963) للمخرج فيتوريو دي سيكا و«كلنا أحب بعضنا كثيراً» (1974) لإيتورا سكولا كانت كلها تروج للأناية وانعدام الأخلاق التي تميزت بها سنوات المعجزة.





## شركات الملابس والعطور والاكسسوارات

### أرماني

أرماني هي شركة عالمية ذات أصل إيطالي لتصميم وتصنيع الأزياء. وهي شركة خاصة تتخذ من مدينة ميلان مقرًا لها في إيطاليا، وبعد التوسع في الشركة وُضِعَت الخطة لكي تكون منتجات عالمية ولا تقتصر على إيطاليا فقط، أسسها جورجيو أرماني وسيرجيو قيلوتي وهو مديرها الحالي. يوجد في الشركة نحو 4700 موظف

وبلغ إيرادات الشركة نحو \$1.69 مليار في عام (2005) خطط أرمانى وشركة (إعمار) لإطلاق سلسلة من الفنادق والمنتجعات السياحية الراقية فى المدن الكبرى مثل: نيويورك وطوكيو وبالفعلى قام بتشغيل سلسلة من المقاهى فى جميع أنحاء العالم بالإضافة إلى عدد من الحانات والمطاعم والنوادي الليلية.

## التارىخ

التأسيس: أسس أرمانى وسيرجيو غالويوتى شركة فى ميلانو عام 1975 برأس مال قُدر بنحو 10,000 دولار، فى الوقت الحالى يعمل لدى شركة أركانى ما يقرب من 4700 عامل ولديها 13 شركة فى المكسيك وجميع أنحاء العالم، ولديها حوالي 300 متجر فى 36 دولة. ومؤخراً قامت بتشغيل (هوت كوتور) والذي حاز على شهرة كبيرة خلال أسبوع الموضة فى باريس وكان تحت إشراف أرمانى برينى. ولأرمانى علامة تجارية معروفة فى مجال مستحضرات التجميل يتم إنتاجها وتوزيعها بواسطة قسم الترفيه بشركة لوريال والتي أقامت معها أرمانى تعاون طويل المدى.

العلامات التجارية التى تحمل اسم أرمانى

أرمانى للجينز

عطور أرمانى

أرمانى كاسا

ويتم فيها بيع تشكيلات راقية من الأثاث، المصابيح، مفروشات السرير ومستلزمات غرفة الطعام.

تعتبر الأسعار بشكل عام مرتفعة فعل سبيل المثال تصل تكلفة كرسي بسيط جداً الي 9,985 دولار[1].

المتاجر الخاصة بتلك العلامة التجارية متاحة بأكثر من 40 دولة حول العالم، كما انها اختارت متاجر نيمان ماركوس لبيع منتجاتها.



أرمانى كاسا (لشبونة)

أرمانى لمستحضرات التجميل

وهى علامة تجارية مختصة فى بيع مستحضرات التجميل، أدوات العناية بالشعر، العطور والكولونيا.

يتم انتاجها وتوزيعها بواسطة قسم الترفيه بشركة لوريال والتي أقامت معها أرمانى شراكة طويلة المدى. ومنتجاتها متاحة فى العديد من المتاجر بجميع أنحاء العالم، كما أن لها القليل من متاجر التي تحمل اسمها.

فنادق أرمانى

قام كل من أرمانى وشركة (إعمار) للعقارات بتوقيع عقد شراكة عام 2004، لذلك قامت (إعمار) ببناء وتشغيل ما لا يقل عن 7 فنادق راقية و3 منتجعات سياحية وجميعها يحمل اسم أرمانى، وأصبحت أرمانى مسؤولة عن التصميم والملحقات الداخلية الخاصة بتلك الفنادق.



برج أرماني في طوكيو.

وتم افتتاح أول فندق في دبي عام 2009

ويشغل الفندق أول 37 طابق من برج خليفة في دبي (الإمارات العربية المتحدة)،  
وقد قام جورجو أرماني أيضاً بالتصاميم الداخلية لناطحة السحاب.

حلوي أرماني

متجر راقي لبيع الشكولاتة.



حلوي ارماني

#### أرماني إكستشينج

أُسِّسَتْ في عام 1991 بواسطة (آي بي إم إيه آي إكس) والتي تستهدف العملاء من فئة الشباب وتتميز بأسلوبها الرفيع للملابس الجاهزة خاصة الجينز، المعاطف، القمصان من ماركة بولو والأزياء الرياضية. تعتبر العلامة التجارية الأوسع انتشاراً مقارنة بباقي علامات أرماني كما أن لها الكثير من العملاء خاصة بالولايات المتحدة الأمريكية.



تستهدف المنتجات فئة الشباب (20-25 عاماً) الذين يفضلون الأسلوب  
العصري.



أرمانى إكستشينج.

فروع أرمانى إكستشينج

## الولايات المتحدة الأمريكية

لها 73 متجر و8 مراكز تجارية. نيويورك: تم افتتاح متجر جديد في أغسطس 2008.

## المملكة المتحدة البريطانية

مركز بلو وتر التجاري (كنت) يعتبر أول متجر تم افتتاحه في بريطانيا.

مركز ميت كارتر التجاري (ليفربول).

تارافورد سنتر (منشستر).

برلنج (برمنغهام) قامت بافتتاح أكبر مجموعة متاجر لها عام 2007.

## البرازيل

مورومبي (ساو باولو) تم افتتاح متجر جديد عام 2006.

## المكسيك

المركز التجاري (أنتارا) تم افتتاح عدد من المتاجر عام 2007.

## كندا

تم افتتاح متجر جديد في أغسطس 2008.

## شيلي



(سانتياغو) تم افتتاح متجرين عام سبتمبر 2008. (فيينا ديل مار) 2013.  
(أنتوفاغاستا) 2013.

كوستاريكا

(سان خوسيه) افتتحت أول متجر لها عام 2009.

جمهورية الدومينيكان

(سانتو دومينجو) يوليو 2010.

بيرو

(ليما) 2012 ويضم المركز فرع لامبريو أرمانى أيضاً.

كولومبيا

(بوغوتا) 2013.

قدمت أرمانى إكستشينج الألبوم الغنائي للفنان تيبستو (بحثاً عن شروق الشمس) للجولة الصيفية عام 2008 وفي تلك الجولة تعاون تيبستو مع أرمانى إكستشينج وكان الهدف من ذلك التعاون هو الترويج لكل منهما حيث قدمت أرمانى إكستشينج الأزياء لتيبستو أثناء ألبومه الغنائي.

## أرماني للجينز

وهي علامة تجارية للملابس الجينز تم تأسيسها عام 1981 بواسطة جورجو أرماني. وتختلف أرماني للجينز عن أرماني إكستشينج أن منتجاتها تتواجد في منافذ البيع الكبرى وليس في المتاجر المستقلة، ومع ذلك يوجد ما يقرب من 15 متجر مستقل لبيع جينز أرماني في مختلف دول العالم.

فعلاوة على ميلانو تقع تلك المتاجر المستقلة في المكسيك، إيطاليا، دبي، لبنان، سلفادور، اليابان واسبانيا، كما انها تحظى بشهرة واسعة في آسيا حيث منافذ البيع في (تاكاشيمايا).

## امبريو أرماني

تعتبر العلامة التجارية الأكثر استهدافاً للشباب، وتعتبر ثالث علامة تجارية لأرماني من حيث الانتشار والشهرة حيث تتواجد في 13 متجر بالولايات المتحدة الأمريكية وفي أكثر من 140 متجر على مستوى العالم. تتنوع منتجاتها بين ملابس جاهزة، عطور، نظارات شمسية، ساعات واكسسوارات.

## (EA7) امبريو أرماني

وتتخصص في الملابس الرياضية، وقد قدمت الأزياء الرياضية للفريق الإيطالي في الألعاب الأولمبية والبارالمبية من لندن عام 2012.



فرع إمبريو أرماني (طوكيو).



أرماني (هونج كونج).



فرع امبريو أرماني (شمال أفينيو، يريفان)

### أرماني كوليزيوني

هي علامة تجارية راقية للمصمم الإيطالي جورجيو أرماني وتعتبر أسعارها مرتفعة مقارنة ب أرماني إكستشينج وأرماني للجينز وامبريو أرماني ولكنها أقل سعراً من جورجيو أرماني وأرماني بريفي. تستهدف تلك العلامة التجارية العملاء من فئة كبار السن الذين لا يبحثون عن (الأسلوب العصري) ولكن تركز على الأسلوب الكلاسيكي الراقى، كما أن لها متاجر مستقلة (وتكون حصرية فقط للعلامة التجارية أرماني كوليزيوني).



أرماني كوليزيوني.

أرماني بريفي

هي علامة تجارية راقية تقدمها أرماني وتعتبر أول من قدمت عرض رفيع المستوى ل (هوت كوتور) عبر الإنترنت أثناء أسبوع الموضة بباريس.

جورجو ارماني



تعتبر سفينة القيادة لمجموعة أرماني وتعتبر العلامة التجارية الأعلى سعراً ومتاحة في 75 متجر حول العالم.



جورجو أرماني.



أرماني للجينز





عطور أرماني



## معلومات عامة

سميت باسم

جورجو أرماني

البلد	إيطاليا 
التأسيس	1975
النوع	شركة خاصة
الشكل القانوني	شركة مساهمة
المقر الرئيسي	ميلان، إيطاليا
موقع الويب	armani.com (لغات متعددة)

## المنظومة الاقتصادية

الشركات التابعة	<ul style="list-style-type: none"> <li>Emporio Armani (en) </li> <li>Armani Exchange (en) </li> <li>Armani Jeans (en) </li> </ul>
الصناعة	الموضة ووقت فراغ
المنتجات	<

القائمة...

مناطق الخدمة

حول العالم

## أهم الشخصيات

المؤسس	جورجوأرماني وسيرجيو قيلوتي
المدير	جورجوأرماني
أهم الشخصيات	جورجوأرماني
الموظفون	4,700

## الإيرادات والعائدات

العائدات	\$1.69 مليار (2005)
----------	------------------------

إيريبيا



إيريبيا) بالإنجليزية (Erreà Sport :، هي شركة ملابس رياضية ل(كرة القدم ، الكرة الطائرة، كرة السلة، لعبة الركبي، واللياقة البدنية والجري، والملابس الداخلية)، تأسست في تورينو، إيطاليا في عام 1988. كانت إيريبيا أول شركة إيطالية للملابس الرياضية معتمدة مع شهادة معيار OEKO تكس، الذي تؤكد أن الملابس والمنسوجات خالية من المواد والكيميائية الضارة.

معلومات عامة	
البلد	إيطاليا 
التأسيس	1988
النوع	عمل تجاري — مقاوله
الشكل القانوني	شركة مساهمة

المقر الرئيسي	تورينو، بارما ، إيطاليا
موقع الويب	it.errea.com

المنظومة الاقتصادية	
الصناعة	المعدات الرياضية
المنتجات	الملابس
مناطق الخدمة	جميع أنحاء العالم

سيرجيو روسي

sergio rossi

سيرجيو روسي هي شركة أحذية نسائية إيطالية تنتج أيضًا حقائب اليد والإكسسوارات الأخرى. تشتهر العلامة التجارية بحرفية وتصاميم أنثوية. كانت علامة سيرجيو روسي مملوكة لمجموعة كرينج الفرنسية حتى تم بيعها لشركة الاستحواذ الإيطالية انفست إنديستريال في ديسمبر 2015.

## التاريخ

### التأسيس

سيرجيو روسي في عام 1935 في بلدة سان ماورو باسكولي في منطقة رومانيا في إيطاليا. ورث عن والده، صانع أحذية، أدوات وتقاليده حرفي. بنى روسي مصنعته في سان ماورو باسكولي في عام 1951، في السنوات الأولى، عمل خلال فصل الشتاء لصنع الصنادل التي سيبيعها لاحقًا على شواطئ ريميبي والبوتيكات في بولونيا. أحد هذه النماذج، كان أوبانكا أحد أكثر النماذج شعبية. بعد عامين، تم إنتاج أول حذاء يحمل توقيع سيرجيو روسي، بمناسبة أول مجموعة رسمية. وفقًا لشركة فوغ، خلال الستينيات، أصبحت الشركة «مرادفة بسرعة للجودة الإيطالية والتصميمات الأنثوية الكلاسيكية.»

توفي روسي في 3 أبريل 2020.

### تطوير الشركة

أصبحت أحذية سيرجيو روسي معروفة باستخدامها للهندسة والألوان. نمت شعبية العلامة التجارية في السبعينيات وما بعدها، من خلال التعاون مع مصممي الأزياء، بما في ذلك دولتشى أند غابانا، فيرزاتشي، و عز الدين عليّة. أصبحت أحذية سيرجيو روسي الدعامة الأساسية في عروض أزياء ميلانو. في عام 1980،

بدأت العلامة التجارية في التوسع، وافتتح أول متجر يحمل اسمه في أنكونا، ثم افتتحت متاجر في تورينو وفلورنسا وروما وبروكسل ومدينة نيويورك ولوس أنجلوس ولندن. افتتحت العلامة التجارية أيضًا صالة عرض في ميلانو عام 1995.

في عام 1999، اشترت قسم فاخرة PPR، المعروفة سابقًا باسم مجموعة غوتشي، حصة 70٪ في الشركة مقابل 96 مليون دولار تقريبًا. بعد 6 سنوات، في عام 2005، اشترت PPR نسبة 30٪ المتبقية، مع التحكم الكامل في العلامة التجارية. في عام 2015، تم بيع الشركة إلى شركة إنفست إندستريال، وهي شركة مساهمة خاصة تمتلك أيضًا أستون مارتن. كان فرانشييسكو روسو المدير الإبداعي بين عامي 2008 و 2013 عندما أصبح أنجيلو روجيري مدير التصميم، حيث شغل هذا المنصب حتى عام 2016. في عام 2016، أصبح أندريا مورانتي رئيسًا للشركة، والرئيس التنفيذي ريكاردو شيوتو.

## التصميم

تأخذ أحذية سيرجيو روسي ما لا يقل عن 120 خطوة مختلفة و 14 ساعة لتصميمها. كتبت وول ستريت جورنال عن العملية التي تقول: «إن بناء حذاء يتضمن مسدسات مسمار عالية الضغط، ومسامير، وصبغًا جافًا بالحرارة، والصفرة، والرسم، والتلميع، والإزميل، والكثير من الآلات الصاخبة. يتم تمديد الجلد والمواد الأخرى حول الماضي، ثم تسمر وتلصق وتشكل في طبقات.»

في عام 2009، في خطوة لإثبات أن السلع الفاخرة والأزياء يمكن دمجها مع الاستدامة، أطلق سيرجيو روسي المضخة البيئية، وهو حذاء موضة قابل للتحلل البيولوجي مصنوع من الخشب السائل (المشتق من اللجنين) في الكعب والنعل، والجزء العلوي من الجلد المدبوغ باستخدام دباغة حساسة للبيئة. في عام 2015،



اشترك سيرجيو روسي مع إيكو إيج لتطوير مجموعة السجاد الأخضر من تصاميم الملابس المستدامة بيئيًا.

ينتج سيرجيو روسي أيضًا حقائب اليد الجلدية، وفي عام 2012 أطلقت مجموعة أحذية الزفاف الخاصة بها.

## الحمالات




استلهمت الحملات الإعلانية المبكرة لسيرجيو روسي من عمل هيلموت نيوتن، باستخدام لقطات منخفضة الزاوية لتسليط الضوء على طول الساقين والجسم، والتركيز على ارتفاع وشكل الكعب. في عام 2012، أصدرت الشركة فيلمًا قصيرًا بعنوان Skin to Skin ، بالتعاون مع المخرج لوكا جوادانينو.



بوتيك سيرجيو روسي ، عبر مونتينا بوليوني



تظهر هذه الصورة المتجر المنبثق في كورسو ماتيوتي، ميلانو

اريخ التأسيس	1951 
الدولة	 إيطاليا 

المؤسس	سيرجيو روسي
المقر الرئيسي	ميلانو
الشركة الأم	فوسون إنترناشيونال
الصناعة	سلع كمالية، وموضة

## غوتشي

غوتشي) بالإيطالية(Gucci : هي علامة تجارية إيطالية فاخرة من الأزياء والسلع الجلدية، وجزء من مجموعة غوتشي، التي تملكها شركة كرينج الفرنسية المعروفة ب. PPR أسست شركة غوتشي بواسطة غوتشيو غوتشي في فلورنسا عام 1921. تشمل خطوط إنتاجها حقائب اليد ، والملابس الجاهزة ، والأحذية والإكسسوارات ، والمكياج ، والعطور ، والديكور المنزلي.

في عام 2019 ، قامت غوتشي بتشغيل 487 متجرًا يعمل بها 17157 موظفًا ، وحققت مبيعات بقيمة 9.628 مليار يورو (8.2 مليار يورو في عام 2018). ماركو بيزاري هو الرئيس التنفيذي للشركة منذ ديسمبر 2014 ، تتبع شركة غوتشي لمجموعة كيرينغ الفرنسية الفاخرة.

## متحف غوتشي

افتتح غوتشي متحفًا مساحته 1715 مترًا مربعًا يرسم تاريخه على مدار 90 عامًا،  
يقع متحف غوتشي في فلورنسا، داخل بالازو ديلا ميركانزيا ويطل على  
Piazza della Signoria



غوتشي في برج ترامب، نيويورك.



## معلومات عامة

سميت باسم	غوتشيو غوتشي
البلد	إيطاليا 
التأسيس	1921
النوع	عمل تجاري — مقالة — بيت الموضة
الشكل القانوني	شركة مساهمة
المقر الرئيسي	فلورنسا — فلورنسا إيطاليا  على الخريطة — إيطاليا [1]
موقع الويب	( <a href="http://www.gucci.com">gucci.com</a> الإنجليزية )

## المنظومة الاقتصادية

الشركة الأم	كيرينغ
الصناعة	موضة
المنتجات	لباس — سلع كالمالية

## أهم الشخصيات

المؤسس	غوتشيو غوتشي
الموظفون	0 (2018)

فالتينو



# VALENTINO

فالتينو س.ب.ا هي شركة ملابس تأسست في عام 1959 من قبل فالتينو غارافاني في الوقت الحاضر هي جزء من مجموعة أزياء فالتينو. استلم كل من ماريا غراتسيا شيوري وبيير باولو بيكيولي بإدارتهما الخلاقة مقعد اليساندرا فاكيني كمصمم مبدع. يقع المقر الرئيسي لفالتينو في ميلانو.



## معلومات عامة

البلد	إيطاليا 
التأسيس	روما (1960) [بحاجة لمصدر]
النوع	Joint Stock Company
الشكل القانوني	شركة مساهمة
المقر الرئيسي	Via Turati, 16/18, ميلانو



موقع الويب

valentino.com

## المنظومة الاقتصادية

الشركة الأم

مايهولا للاستثمارات

الصناعة

موضة

ملابس

لباس القدم

المنتجات

نظارة

عطر

إكسسوارات الأزياء

## أهم الشخصيات

المالك

قطر  
Mayhoola for  
Investments Spc

المؤسس

فالتينو غارافاني

أهم الشخصيات

Stefano Sassi (CEO)

فيراغامو

# FERRAGAMO

تأسست فيراغامو في عام 1927 على يدي سلفاتوري فيراغامو وهي الآن الشركة الأم لمجموعة فيراغامو فلورنسا وهي واحدة من علامات الأزياء التجارية الرائدة في العالم في مجال السلع الكمالية. تنشط المجموعة في إنتاج وتوزيع الأحذية والمنتجات الجلدية والملابس الجاهزة ومنتجات الحرير والاكسسوارات وكذلك العطور للرجال والنساء. تشمل منتجاتها أيضا النظارات والساعات المصنعة من قبل المرخص لهم.



سلفاتوري فيراغامو – المتجر

## معلومات عامة

البلد	إيطاليا 
التأسيس	فلورنسا، إيطاليا (1928)
النوع	Public, S.p.A.
الشكل القانوني	شركة مساهمة
المقر الرئيسي	Florence
موقع الويب	ferragamo.com

## المنظومة الاقتصادية

الصناعة	Fashion
المنتجات	Shoes, leather goods, clothing
مناطق الخدمة	Worldwide

## أهم الشخصيات

المالك	Ferragamo family
المؤسس	سالفاتوري فيراغامو
أهم الشخصيات	Ferruccio Ferragamo (President) Michele Norsa (CEO and General Manager) Massimiliano

	Giornetti (Creative Director)
الموظفون	3,322

الإيرادات والعائدات	
البورصة	قالب ISE:
العائدات	▲ €1,152.9 million (2012)
الدخل التشغيلي	▲ €194.3 million (2012)

فيرزاتشي



VERSACE

جيانى فيرزاتشى س.ب.ا) بالإيطالية(Gianni Versace S.p.A. : يشار إليه عادة باسم فيرزاتشى. فيرزاتشى هي شركة أزياء إيطالية فاخرة واسم تجاري أسسها جيانى فيرزاتشى عام 1978. المجموعة الرئيسية للعلامة التجارية هي «فيرزاتشى»، التي تنتج الإكسسوارات الجلدية الجاهزة والإكسسوارات الإيطالية الفاخرة. شعار فيرزاتشى هو رأس ميدوسا، الشخصية الأسطورية اليونانية. استلهم فيرزاتشى فكرة الشعار من أرضية الأنقاض في منطقة ريدجو كالابريا التي لعب فيها الأشقاء فيرزاتشى وهم أطفال. اختار جيانى فيرزاتشى ميدوسا كشعار لأنها جعلت الناس يقعون في حبها ولم يكن لديهم وسيلة للعودة. وأعرب عن أمله في أن يكون لشركته نفس التأثير على الناس وعلى من يرتدون ملابسه وأحذيته.

تشتهر ماركة «فيرزاتشي» بتصميماتها المبتكرة، والأنيقة في نفس الوقت، ذات المطبوعات البراقة الرمزية والألوان الزاهية. أعلنت الشركة في عام 2018 أنها ستوقف عن استخدام الفراء في مجموعاتها. في 25 سبتمبر 2018، استحوذت شركة مايكل كوروس هولدنغ على جميع الأسهم القائمة في جيانى فيرزاتشي مقابل 2.12 مليار دولار أمريكي؛ اكتمل الاستحواذ في 31 ديسمبر 2018، مع بقاء دوناتيلو فيرزاتشي كرئيسة للتصميم الإبداعي.

## التاريخ

في عام 1972، صمم جيانى فيرزاتشي مجموعاته الأولى لـ Genny ، Callaghan و Complice. في عام 1978، أطلقت الشركة تحت اسم «جيانى فيرساتشي دونا». تم افتتاح أول بوتيك لفيرزاتشي في شارع فيا ديلا سبيجا في ميلانو عام 1978. كان فيرزاتشي أحد المصممين المستقلين القلائل الذين كانوا يتحكمون في كل شيء عن العلامة التجارية، من التصميم إلى البيع بالتجزئة. في عام 1982، توسعت الشركة في مجال الإكسسوارات والمجوهرات والأثاث المنزلي والصناعات الصينية. في عام 1993، أنشأت دوناتيلو فيرساتشي ميدان «فيرزاتشي للشباب» بالإضافة إلى "Versus" في عام 1994، اكتسبت العلامة التجارية تغطية دولية واسعة النطاق بسبب فستان فيرساتشي الأسود من إيزابيث هيرلي، والذي كان يشار إليه في ذلك الوقت باسم «هذا الفستان».

غالبًا ما توصف فيرساتشي بأنها «مصممة موسيقى الروك أند رول» لأنها صممت للعديد من العملاء المشهورين، بما في ذلك إلتون جون ومايكل جاكسون، بالإضافة إلى أجمل النساء. صمم فيرساتشي أزياء المسرح وأزياء غلاف الألبوم لإلتون جون في عام 1992. صمم فيرزاتشي أيضًا ملابس لأميرة ويلز والأميرة كارولين أميرة موناكو. تشتهر شركة فيرزاتشي باستخدام العارضات نفسهن في إعلاناتها كما تفعل على مدرج الأزياء.

بعد مقتل جيانبي فيرساتشي عام 1997، تولت شقيقته دوناتيللا فيرساتشي، نائبة الرئيس السابقة، منصب المدير الإبداعي، وأصبح شقيقه الأكبر سانتو فيرساتشي الرئيس التنفيذي. تركت أليجرا فيرساتشي ابنة دوناتيللا حصة 50 بالمائة في الشركة، والتي استطاعت التحكم فيها في عيد ميلادها الثامن عشر.

في عام 2000، حظي «فستان فيرساتشي الأخضر» الذي ارتدته جينيفر لوبيز في حفل توزيع جوائز غرامي السنوي الثاني والأربعين باهتمام إعلامي كبير، حيث تم التصويت له باعتباره «خامس أكثر فستان أيقوني على الإطلاق» وفي عام 2008 تم التصويت على فستان هيرلي لعام 1994 لأول مرة في استطلاع رأي ديلي تلغراف.

كانت أرباح الشركة في انخفاض في أوائل العقد الأول من القرن الحادي والعشرين ؛ تم تعيين فابيو ماسيمو كاكياتوري كرئيس تنفيذي مؤقت لإعادة تنظيم وإعادة هيكلة مجموعة فيرساتشي في عام 2003. استقال كاكياتوري في ديسمبر 2003 بسبب «نزاعات مع عائلة فيرزاتشي». منذ عام 2004، كان جيانكارلو دي ريسيو، من أي تي هولدنغ، الرئيس التنفيذي للمجموعة حتى استقالته في عام 2009 بسبب خلافات مع دوناتيللا. في مايو 2016، عينت مجموعة فيرزاتشي السيد جوناثان أكرويد في منصب الرئيس التنفيذي وعضو مجلس إدارة الشركة.

في فبراير 2014، اشترت مجموعة بلاكستون حصة 20٪ في فيرزاتشي مقابل 210 مليون يورو.

اعتبارًا من عام 2016، أصبح يعمل أكثر من 1500 متجر في جميع أنحاء العالم؛ تم افتتاح أول متجر خارج إيطاليا في غلاسكو، اسكتلندا، في عام 1991.

في 24 سبتمبر 2018، أعلن مايكل كورس أنه عرض صفقة لشراء فيرزاتشي مقابل ملياري يورو. في سبتمبر 2018، أعلنت شركة فيرزاتشي أنه تم بيع مائة بالمائة من جميع أسهم عائلة بلاكستون وفيرزاتشي إلى مجموعة مايكل كورس ليميتد.

في أكتوبر 2018، أعلنت فيرزاتشي عن عرض أول عرض للعلامة التجارية لموسم ما قبل الخريف في نيويورك في 2 ديسمبر. تم تحديد موعد العرض في تاريخ ميلاد جيانى فيرساتشي.

في يناير 2019، انضم جيانى فيرساتشي إلى كابري هولدينجز ليمتد، مشكلًا مجموعة أزياء عالمية جديدة فاخرة مع مايكل كورس وجيمي تشو. بلغت تكلفة الاستحواذ مع مايكل كورس 2.2 مليار دولار.

في عام 2020، أعلنت دار الأزياء أنها ستتوقف عن استخدام جلد الكنغر في منتجاتها الفاخرة. جاء ذلك في أعقاب قرار فيرزاتشي لعام 2018 بحظر استخدام الفراء الحقيقي في مجموعتها.

## المساهمات

في عام 2006، دخل جيانى فيرساتشي في شراكة مع أوتوموبيلي لامبورغيني س.ب.ا. لإنتاج سيارة لامبورغيني مورسيلاغو LP640 فيرساتشي. كانت السيارة



ذات تصميم داخلي من ساتان فيرزاتشي الأبيض مع تطريز شعار Versace على المقاعد. كانت السيارة متوفرة باللونين الأسود والأبيض. تم إنتاج عشر سيارات فقط. تم بيع السيارة مع مجموعة أمتعة تكميلية وأحذية قيادة فاخرة وقفازات قيادة.

تعاونت شركة فيرزاتشي مع أغستا وستلاند في عام 2008 لإنشاء مروحية AgustaWestland AW109 Grand Versace VIP الفاخرة. تشتمل المروحية على تصميم داخلي من جلد فيرزاتشي وتصميم من الخارج.

في عام 2011، أصدرت فيرزاتشي واتش اند ام مجموعة جديدة من الملابس التي سيتم بيعها في متاجر أتش أند أم. باع المتجر ملابس رجالية ونسائية وأدوات منزلية مثل الوسائد والبطانيات. في عام 2015، تعاونت فيرزاتشي مع الراقصة ليل باك لإطلاق مجموعة من الأحذية الرياضية.

في عام 2018، أطلق روني فيج ودوناتيليا فيرزاتشي مجموعة كيث x فيرزاتشي الخاصة بهما، والتي تضمنت شعار ميدوسا معدلاً وكتب على عينيه. "KITH"

تضمنت مجموعة فيرزاتشي الرجالية لخريف 2019 عدة عناصر تحمل شعار شركة فورد. وبحسب دار الأزياء، تضافرت جهود الشركتين لإثارة الشباب لـ «شراء سيارتك الأولى. الإثارة والطموح لامتلاك شيء ما كامتداد لشخصية الفرد، وهو شيء مرتبط جدًا بفكرة أن تكون رجلاً». كما شاركت عارضة الأزياء النرويجية الشهيرة فريبا رحيمي في معرض أزياء فيرساتشي 2018 في ميلانو.

الشراكات

دخلت فيرساتشي في شراكة مع شركة Mind Group في الصين في عام 2015. صممت الشركتان أبراج سكنية فاخرة تسمى "Versace Residences" كان هدف المبدعين هو الجمع بين عناصر المنزل الفاخر في فيرساتشي وعناصر الثقافة الصينية التقليدية. في نفس العام، دخلت شركة فيرزاتشي في شراكة مع مجموعة ABIL في الهند لتطوير مشروع سكني آخر. تقع هذه المنازل الفاخرة في جنوب مومباي.

في عام 2015، ظهرت دوناتيللا فيرساتشي في حملة ريكاردو تيسكي لجيفنشي.





بوتيك فيرزاتشي في ميلانو، إيطاليا

### قصر فيرزاتشي

تم افتتاح أول قصر فيرساتشي في جولد كوست بأستراليا في 15 سبتمبر 2000. تم بيع الفندق إلى تحالف صيني في ديسمبر 2012. تم الانتهاء من القصر الثاني، قصر فيرزاتشي دبي، في ديسمبر 2015، ويقع على شاطئ خور دبي. القصر ثالث قيد الإنشاء. تم الإعلان عن قصر فيرزاتشي ماكو في عام 2013، وسيتم بناؤه بالشراكة مع أكبر مدير كازينو في ماكو. SJM Holdings فنادق قصر فيرزاتشي هي أولى الفنادق ذات العلامات التجارية للأزياء في العالم وتركز على الجمال والرعاية.

### الخلاف

في أغسطس 2019، أنتجت شركة فيرزاتشي مجموعة من القمصان التي أشارت إلى أن «هونغ كونغ وماكاو كانتا دولتين منفصلتين». اعتذرت شركة فيرزاتشي لعملائها الصينيين، وقالت إنها ارتكبت خطأ في التصميم وستتلف الملابس المخالفة. في 11 أغسطس 2019 قالت الممثلة الصينية يانغ مي، وهي أيضًا سفيرة العلامة التجارية في الصين، إنها ستنتهي ارتباطها بفيرزاتشي.



## معلومات عامة

سميت باسم	جياي فيرساتشي
البلد	إيطاليا 
التأسيس	1978
النوع	شركة خاصة
الشكل القانوني	شركة ذات مسؤولية محدودة [1]
المقر الرئيسي	ميلانو
موقع الويب	(versace.com الإيطالية، الإنجليزية)

## المنظومة الاقتصادية

الصناعة	سلع نهائية
المنتجات	نسيج - ملابس [1]

## أهم الشخصيات

المالك	(- 2018) مايكل كورس
المؤسس	جياي فيرساتشي
المدرء التنفيذيون	Jonathan Akeroyd (en)  (2016 – 2022) [2] Emmanuel Gintzburger (en)  (2022 –) [3]

المدرء	Jonathan Akeroyd (en)  (2016 – 2022) [2] Emmanuel Gintzburger (en)  (2022 – )  [3]
أهم الشخصيات	جيانى فيرساتشي، ريادة أعمال ، رئيس مجلس الإدارة & الرئيس التنفيذي ، مدير تنفيذي & الرئيس التنفيذي دوناتيلا فيرساتشي،
الموظفون	600
<b>الإيرادات والعائدات</b>	
العائدات	€ 410 ▲ مليون(2012)

فيللا (شركة ملابس رياضية)



فيللا (بالإيطالية) (fila) ، أحد أكبر شركات تصنيع الملابس الرياضية في العالم، تأسست في عام 1911 في إيطاليا، منذ استحواذها في عام 2007 من قبل فيلا كوريا، أصبحت الآن ملكية فيلا وإدارة أعمالها من كوريا الجنوبية. برئاسة رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي ليون-سو يون، فيلا لديها مكاتب في 11 بلدا في جميع أنحاء العالم.

### تاريخ الماركة

في عام 1911، كان لدى الإخوة فيلا مطحنة صوف في بيبلا وتطور نشاطهم بسرعة كبيرة، ففي عام 1950 أصبح مصنعهم ذا إنتاج متخصص في الملابس الداخلية. ثم قرروا التوجه في نهاية المطاف إلى عالم الرياضة.

في عام 1973، أطلقت العلامة التجارية أول مجموعة ملابس رياضية لها، وبعدها بعام قامت بتسويق خط من قمصان البولو المعروفة بالخط الأبيض الذي يرتدونه رياضيون معروفون. في عام 1970 أصبحت العلامة التجارية مشهورة من قبل لاعبي التنس مثل بيورن بورغ أو جييرمو فيلاس.



خلال العقود التالية، باعت العائلة المؤسسة العلامة التجارية في عام 1983 للمستثمرين الأمريكيين، الذين طوروها إلى ملابس رياضية، ثم تم ارتداء فيلا من قبل فناني الهيب هوب.

في منتصف عام 1990، اشترت فيلا العلامة التجارية الفرنسية دورتو تنس (بالفرنسية dortotennis)، وتم بيعها بعد عدة سنوات.

وفي عام 2001، قامت المجموعة الإيطالية القابضة (بالإيطالية Di Participazioni)، التي تمتلك العلامة التجارية ببيعها إلى عالم الرياضة العالمي (بالإنجليزية. Sport Brands International) :

منذ عام 2007، كانت مملوكة من قبل المجموعة الكورية الجنوبية فيلا كوريا، وانتقل مقرها إلى سيول (كوريا الجنوبية) وكان الرئيس التنفيذي لها يون سو يون.

في عام 2011، اشترت الشركة الصينية انتا سبورت (بالإنجليزية ANTA Sports) : حقوق استخدام العلامة التجارية في الصين وحول العالم. وفي عام 2018 نظمت العلامة التجارية أول عرض للأزياء خلال أسبوع الموضة في ميلانو. في يوليو اختارت متسلق الجبال راينهولد ميسنر سفيرًا لها.

وفي مارس عام 2019، تعاونت فيلا مع العلامة التجارية الفاخرة فيندي.

## عن الماركة

في التسعينات، أصبحت العلامة التجارية فيلا معروفة جدًا، من خلال وجودها في كل مكان في عالم التنس أو «ثقافة الشوارع» الدولية) بالإنجليزية street : (culture). وقد قررت العلامة التجارية فيلا أن تعود إلى الواجهة بعد أكثر من 100 عام من إنشائها وبعد ثلاثة عقود من نجاحاتها.

## بيورن بورغ

غيّر بيورن بورغ بشكل جذري وجه العلامة التجارية فيلا ووجه مبتكرها، وكان رمزًا لتاريخ التنس العالمي في السبعينيات، بدأت القصة بين الماركة فيلا وبيورن بورغ في أوائل السبعينيات عندما اكتشف المدير العام لشركة تصنيع المعدات، لاعبًا سويديًا شابًا في بطولة مونت كارلو، وأدرك الجميع أن بيورن بورغ سيكون الشخصية الرئيسية للعلامة التجارية الإيطالية فيلا.

من ناحية أخرى، اتفق مبتكرو فيلا بأن اللاعب السويدي بيورن بورغ يعتبر أحد أكثر لاعبي التنس موهبة في التاريخ. هذه الشراكة المثمرة التي بدأت في أوائل السبعينيات قامت بتحسين وتضخيم الشركة الإيطالية فيلا.

## بداية العلامة التجارية

فيلا هو لقب الأخوين اللذين أطلقا العلامة التجارية في عام 1911 في بييلا، عند جبال الألب في إيطاليا. في البداية كان مفهومهم هو إنتاج منسوجات فاخرة وعالية الجودة، مناسبة لسكان الجبال، وبعد الملابس الداخلية الصوفية بدأت شركة بيمونتي في العمل في مجال الملابس الرياضية.

## فيلا وكوريا الجنوبية

في كوريا الجنوبية شرع رجل الأعمال في سيول يون يون سو الملقب بـ «جين» في إعادة بناء سمعة الشركة المصنعة للمعدات الرياضية. على مدار تسع سنوات، كان الرئيس السابق لشركة فيلا الكورية الفرعية يحاول إعادة إطلاق العلامة التجارية بعد أن اشترى الشركة الأم مقابل 450 مليون دولار من الصندوق الأمريكي الذي كان يديرها منذ عام 2003.

مبيعات فيلا

ملابس

أحذية

إكسسوارات



## معلومات عامة


البلد	إيطاليا [1] 🇮🇹 كوريا الجنوبية 🇰🇷
التأسيس	1911؛ منذ 113 سنوات بييلا، إيطاليا
النوع	شركة خاصة

الشكل القانوني	SARL unipersonnelle (mul) 
المقر الرئيسي	سول، كوريا الجنوبية
موقع الويب	( <a href="#">fifa.com...</a> الإنجليزية ) 

## المنظومة الاقتصادية

الشركة الأم	فيلاكوريا
الصناعة	ملابس رياضية معدات رياضية
المنتجات	احذية رياضية ملابس إكسسوارات

## الإيرادات والعائدات

البورصة	بورصة كوريا (081660) 
---------	---

فيندي

# FENDI

فيندي) بالإنجليزية(Fendi : هي دار أزياء إيطالية فاخرة ومشهورة بتصميمها لحقائب اليد الفاخرة. وقد بدأت في عام 1925 بمتجر للفرو والجلديات في روما، أما الآن فهي ماركة عالمية للبضائع الفخمة وتملكها مجموعة لويس فيتون.

معرض فندي في أحد مجمعات هونغ كونغ.

## التاريخ

تأسست دار الأزياء الإيطالية الشهيرة فيندي FENDI عام 1925م كمتجر للفراء والجلود في فيا ديل Plebiscito ، روم، وظهرت بدايةً بشعارٍ يظهر صورة سنجاب مع اسم الشركة، وقد سُميت على اسم عائلة مؤسسها إدواردو وأديل فندي تشتهر الشركة بإنتاج الملابس وحقائب اليد والنظارات الشمسية والعطور وغيرها من المنتجات الفاخرة المميزة. ولكن اليوم هي علامة تجارية للسلع الفاخرة متعددة الجنسيات التي تملكها LVMH (لويس فيتون). يعتبر كارل لاغرفيلد المدير الإبداعي للعلامة التجارية، ففي عام 2014، بدأت فندي وضع خطط لاستخدام طائرات بدون طيار لإظهار الموضات المنصبة لها.

-فندي استثمرت أكثر من 2 مليون يورو (2.7 مليون دولار تقريبا) للمساعدة في استعادة نافورة تريفي في روما من تصميم نيكولا سالفلي في القرن الثامن عشر. حيث بدأت أعمال الترميم في يونيو 2014.

مراحل تطور شعار شركة فيندي FENDI

ظهر الشعار المعروف لأول مرة عام 1965م.

تم تطويره عام 2000م بتوسيع المسافات بين الأحرف وتعديلها قليلاً.

عام 2013م تطور الخط أيضاً ليصبح أكثر ليونة وظهرت كلمة ROMA أسفله.

خطوط

عطورلديه 28 عطرا. أول عطر تم إصداره عام 1985 وأحدث إصدارته عام 2015 Fendi. العطور تم إبتكارها بالتعاون مع الأنف العطري, Jean Guichard, Christine Nagel, Francois Demachy, Jean-Pierre Béthouart, Thierry Wasser, Annick Menardo, Jacques Cavallier, Delphine Lebeau وBenoist Lapouza.

-من اشهرها:

asja fendi

celebration

fantasia fendi

fendi

fendi 2004

fendi for men

fendi theorema

fendi uomo

furiosa

palazzo

نظارات

تتميز نظارات فيندي بالجمع بين الحرفية الإيطالية والزخرفة الإبداعية، كما أن تشكيلتها غنية بالألوان بشكل جريء وفريد. مرخص خط نظارات فندي ل Marchon نظارات ويتضمن صفة طبية النظارات والنظارات الشمسية بالإضافة إلى النظارات الشمسية غير وصفة طبية.

الساعات

فندي تراخيص حاليا إنتاج الساعات إلى Taramax ، الذي لديه حصة مسيطرة. هذه ميزة الحركات السويسرية. الإنتاج لديه فئتين: واحدة للرجال وأخرى للنساء.

أدوات الكتابة

فندي المرخص لها اسم وشعار لأقلام الصليب في عام 1989، ولكن بحلول عام 2000 هذه الصفة على ما يبدو ساقطاً.

ايلاريا فنتوريني فندي 2012- صدر خط جديد من حقائب اليد المعاد تدويرها. تتكون من علب الصودا، والخروج من منتجات الهيئة.



## ألوان شعار شركة فيندي FENDI

يتميز الشعار بلونه الأسود الذي يرمز إلى الأناقة والنزاهة والتميز والتفوق، وفي النهاية فهو ملك الألوان بلا منازع.

## نوع الخط في شعار شركة فيندي FENDI

يمتاز الشعار ذو الحرفين بخطه من نوع Hevletica ويُعرف الشعار باسم (Zucca) المقلوب، أما الخط الذي يحمل اسم العلامة التجارية فهو Helvetica Bold وقد تم تطويره من قبل إدوارد هوفمان وماكس ميدينجر، ومع ذلك فإن حرف F في العلامة يختلف عن حرف الشعار المقلوب.

## مواقع

وتقع العديد من المحلات الرئيسية فندي في المدن الكبرى مثل نيويورك، باريس، لندن، ميلان، سيول، وطوكيو، على الرغم من أن لديهم أيضًا محلات في الولايات المتحدة؛ واحدة في أورانندو وآخر في وادي الوسطى، نيويورك، في المخارج دبري بريميموم المشتركة.

## التسوق على الإنترنت

-بالإضافة إلى مراكز التسوق والأحادية، يمكن أيضًا شراء سلع من فندي في المتاجر عبر الإنترنت:

- [www.fendi.com](http://www.fendi.com) الموقع الرسمي لمتجر الإنترنت.

- www.kupivip.ru خصم العناصر الفاخرة.

www.farfetch.com.

www.lamoda.ru.

حقائق مثيرة للاهتمام

تشارك العلامة التجارية بنشاط في الأعمال الخيرية. لذلك، في عام 2015، مع استعادة الأموال التي جمعتها الشركة، تم استعادة واحدة من مناطق الجذب الرئيسية في إيطاليا، نافورة تريفي. هنا، تقرر عقد معرض الذكرى في عام 2016 وتقديم مجموعة جديدة من الملابس. ولتنظيم الحدث، أقيم جسر زجاجي خاص في منتصف النافورة، سار فيه الموديلات. كل ما حدث كان مذهلاً في جماله ونطاقه. لذلك، عند النظر إليها من أعلى، بدا أن الفتيات لا يمشون على المنصة، ولكن على الماء. من المشاهير الذين شاركوا في عرض الأزياء المشاهير مثل الشقيقتين حديد وكيندال جين.

اليوم، لدى Fendi أكثر من 160 متجرًا في 25 دولة.

بمناسبة افتتاح متجر جديد في باريس في 22 أفريل مونتين في فبراير 2008، قدمت المغنية الشهيرة آمي واينهاوس حفلًا خاصًا.

في عام 2007، أقيم عرض للمجموعة الجديدة للعلامة التجارية في سور الصين العظيم.

وصل مغني الراب الأمريكي الشهير، كاني ويست، إلى إحدى الحفلات العلمانية التي تحمل شعار العلامة التجارية في معبده.

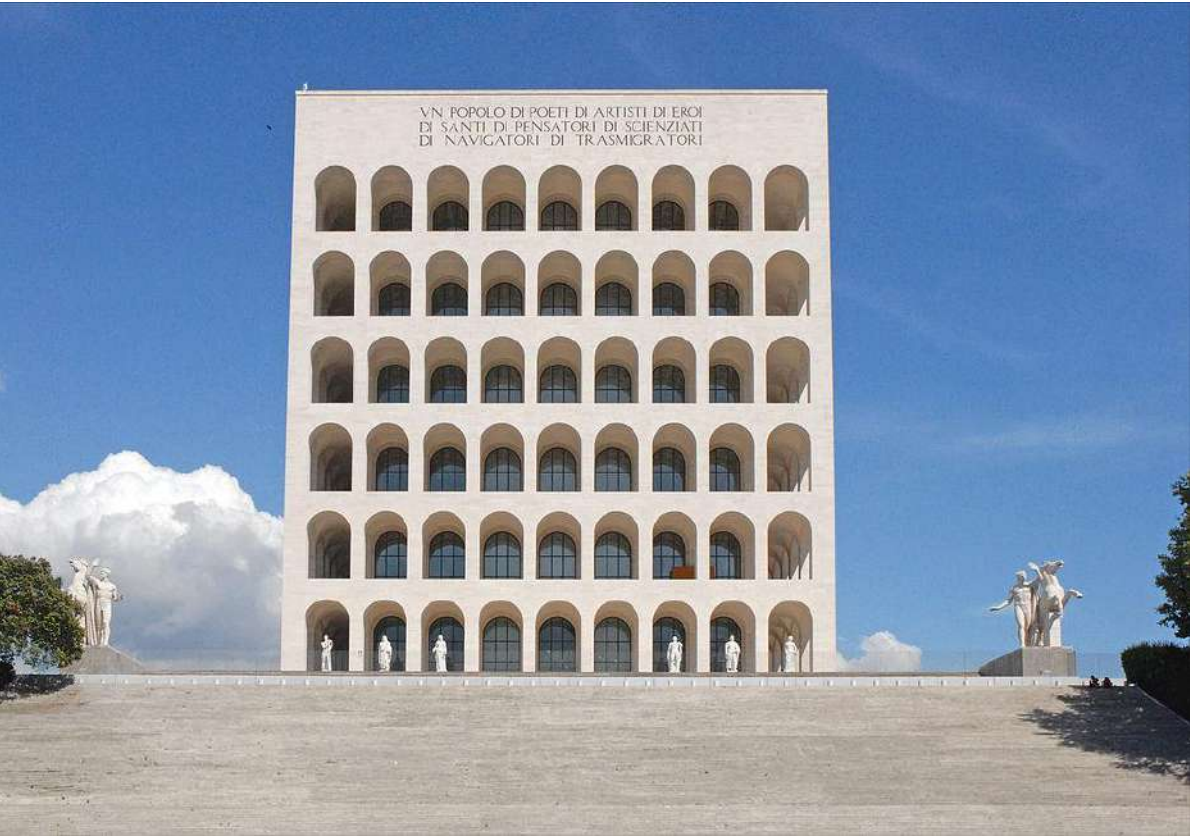
مكتب جديد في ساحة كوليسيوم

في أكتوبر 2015، غيرت دار الأزياء فيندي موقعها، وانتقلت إلى كولوسيو كوادراتو الشهيرة. استغرقت أعمال الترميم على إعداد المبنى ما يقرب من عامين، وخلال هذا الوقت تم إنجاز عمل هائل. تحمل المصمم الحديث المتميز ماريو

ناني المسؤولية الكاملة عن تصميم المقر الجديد. هم الذين اخترعوا استخدام عناصر الديكور المثيرة للاهتمام مثل الإضاءة المبتكرة في استوديوهات أتيليه بوتيك الجديدة. بفضل Fendi ، يحتوي Coliseum أيضًا على بنتهاوس زجاجي كامل في الطابق العلوي.



معرض فندي في أحد مجمعات هونغ كونغ



قصور حضارة العمل بدأ هذا المبنى في عام 1938 على يد جيوفاني غيبرني وإرنستو برونو لا بادولا وماريو رومانو، وهو الأكثر شهرة في منطقة اليورو. يشتمل على 6 مراحل من الأقواس أو المنحوتات (فنون وأنشطة) ويهيمن عليها المجسمات الموجودة أعلى درج ضخم. أربع مجموعات منحوتة تحيط بمحيط المبنى. إن الهدف من إنشاء مركز تجديد هو إنشاء مركز مفتوح للعامة.

\_\_\_\_\_ تم إنشاء الحي الجديد في روما، المسمى EUR المعرض العالمي لروما، في عام 1936 من قبل بينيتو موسوليني (1883-1945) للاحتفال بالذكرى العشرين للمسيرة في روما للمعرض العالمي الذي كان من المقرر عقده في عام 1942 تم تشييد تلك المباني ولكن توقفت أعمال الصيانة والبناء بسبب الحرب. ومن بين المهندسين المعماريين المعينين في المشروع: مارسيلو بياسنتيني،

وجوزيبي باجانو، ولويجي بيكيناتو، وإيتوري روسي، ولويجي فيتّي. بدأ العمل في عام 1951 بطموح جعل منطقة EUR منطقة تجارية مرتبطة بمنطقة سكنية حضرية مرتبطة بالمترو في روما والقطار إلى أوستي

معلومات عامة	
البلد	 إيطاليا
التأسيس	(1925 روما)
النوع	شركة تابعة للويس فيتون
الشكل القانوني	شركة تابعة
المقر الرئيسي	 روما، إيطاليا
موقع الويب	fendi.com

المنظومة الاقتصادية	
الشركة الأم	أل في أم أش - مويث هنسي لوي فيتون
الصناعة	الأزياء-المجوهرات- الحقائب-العطور- النظارات-الساعات
المنتجات	المنتجات الجلدية والبضائع الفخمة

## أهم الشخصيات

## أهم الشخصيات

Karl Lagerfeld  
Artistic Director  
Silvia Venturini  
Fendi, head of  
accessories  
Michael Allan  
Burke, Chairman &  
CEO

## الإيرادات والعائدات

العائدات

€600 مليون  
(2011)

ديزل

# DIESEL®

FOR SUCCESSFUL LIVING

ديزل إس بي ايه هي شركة تصميم إيطالية، وهي معروفة بألبستها الموجهة لسوق البالغين اليافعين، بالجيز على وجه التحديد. أما الآن، فمن الممكن إيجاد هذه العلامة على العديد من المنتجات ابتداءً بالملابس الداخلية والعطور، إلى المفروشات والسيارات، وحتى على دُمي البالغين. مقر مؤسس ومالك الشركة رينزو روسو في بريغانزي في شمال إيطاليا.

## التاريخ

قام رينزو روسو بتأسيس الشركة مع رئيسه السابق أدريانو غولدشمايد من شركة جينز ايه جي في عام 1978. تتضمن أهم الأحداث في تاريخ ديزل استحواذ رينزو روسو الكامل على الشركة عام 1985، والتوظيف مباشرة من الجامعة لرئيس التصميم والمدير الإبداعي السابق ويلبرت داس عام 1988، و ابتداء خطة التسويق العالمية عام 1991، وافتتاح أول محل ديزل ريادي عام 1996 في جادة ليكسينغتن في مدينة نيويورك.

صرّح روسو قائلاً أنهم تعلموا التسويق من الولايات المتحدة والإبداع من إيطاليا والأنظمة من ألمانيا .

قامت الشركة بإنشاء قسم رئيسي للملابس الداخلية وألبسة السباحة للرجال والنساء في فبراير 2007، وكان متوفراً في محلات التجزئة والمحلات متعددة الأقسام. تم الإعلان عن علامة ديزل بلاك غولد (Diesel Black Gold) أي ديزل أسود ذهبي والتي تختصر (دي بي جي) في نوفمبر 2007.

لدى الشركة حوالي 2,200 موظف في 18 قسم فرعي في آسيا وأوروبا والأمريكيتين. تتوفر منتجاتها في 5000 محل تجزئة، والتي من ضمنها 300 محل ديزل مستقل. كانت المبيعات السنوية حوالي 1.2 مليار يورو عام 2005، و1.3 مليار يورو عام 2009. العائد يأتي بشكل رئيسي من مبيعات الجينز، ومن ديزل كيد (ترجمة: صغير ديزل) التشكيلة التأثيرية والتي لاقت نجاحاً واسعاً.

يتركز إنتاج الجينز في إيطاليا بشكل رئيسي.

#### علامات تجارية

قام المدير الإبداعي ويلبرت داس ولأكثر من 20 عاماً بتولي الإشراف على تصنيع جميع مجموعات ديزل، والتي تشمل المنتجات المرخصة. هناك مجموعتين رئيسيتين حالياً، المجموعة الرئيسية تحت اسم ديزل، ومجموعة جديدة أُطلقت عام 2007 تحت اسم ديزل بلاك غولد (ترجمة: ديزل أسود ذهبي) والتي تُصنّف مع فئة الألبسة العرّضية الفاخرة. أما مجموعة الأطفال فتُدعى ديزل كيد (ترجمة: صغير ديزل).



لدى معرض ديزل للجينز إصدارات محدودة من الجينز والتي تُباع في محلات مُبتكرة تحاكي المعارض الفنيّة. يتوفر لدى ديزل كذلك مجموعات أحذية، وملابس داخلية تحت اسم إنّي-مِتس (ترجمة: الحميمين)، وحقائب.

مجموعات ديزل المرخصة تتضمن النظارات (تُصنّع مع سافيلو) والمجوهرات والساعات (تُصنّع مع فوسيل) والعطور (تُصنّع مع لوريال). طرحت لوريال وديزل عطر فيول فور لايف (ترجمة: وقود الحياة) للنساء والرجال في خريف 2007، وأصدرت بعده عطر للرجال باسم أونلي ذا بريف (ترجمة: للشجعان فقط). أُصدرت مجموعة متواضعة ل أديداس في عام 2008 تحت اسم أديداس أورجِنلز دينم باي ديزل (ترجمة: جينزات أديداس الأصلية من ديزل). تمتلك الشركة الأمريكية ماست إنديستريز إنك (ترجمة: صناعات الصاري المتحدة) ترخيص الملابس الداخلية، والتي تُصنّع الملابس الداخلية النسائية لعلامة فيكتوريا سيكرت (ترجمة: سر فيكتوريا) كذلك. تعاون حديث مع ايه جي في أسفر عن إنتاج الخُوذ. ومُؤخراً، بفضل تعاون مع موريوسو وفوسكاريني تم طرح ديزل هوم (ترجمة: منزل ديزل) في الأسواق.

حصّلت شركة ديزل أسهماً في العلامات التجارية فيكتور ورولف، وميزون مارتن مارغييلا (ترجمة: دار مارتن مارغييلا)، ودي-سكويرد2 (د-تربيع2).

### التوجيه الإبداعي

ملّ المدير الإبداعي ورئيس التصميم لديزل ويلبرت داس لدى الشركة منذ 1988. بدأ ويلبرت بالعمل على مجموعات الرجال والحُلّي والجلد والصغار. ثم تسلّق السُلّم الوظيفي سريعاً ليصبح رئيس مكتب ديزل للموضة والمحلات الإبداعية،

وتم منحه في عام 1993 اللقب الوظيفي المدير الإبداعي بشكل رسمي،  
بمسؤوليات تراوحت ما بين إدارة تصميم جميع المنتجات إلى تولّي جميع  
الحملات الاتصاليّة. إضافةً إلى تصميم الملابس والحُلي، أشرف على الإعلانات،  
ووسائل الإعلام الجديدة، والتبضيع، وبيع التجزئة، والتصميم الداخلي  
(للمحلات، وللمعارض، وللمكاتب، وللفنادق)، والتخطيط للمناسبات ولعروض  
الأزياء. كذلك عمل على تطوير إضافات جديدة للعلامة مثل المستلزمات  
المنزلية، والمفروشات، وحتى السيارات. يمكن القول بأن جميع ما يتعلق بالصورة  
والأسلوب التي يعكسها ديزل وقعت على عاتق ويلبرت.

في أواخر 2009، ترك ويلبرت داس ديزل على إثر شائعات مفادها وجود خلافات  
بينه وبين المدير التنفيذي رينزو روسو حول وجهة الشركة المستقبلية.



ويلبرت داس

التسويق

وجّهت الشركة اهتمامها لدعم الإبداعية لدى الجيل الصاعد من خلال رعاية مشاريع متعددة على سبيل المثال مسابقة ديزل-يو-ميوزك (ترجمة: موسيقى- أنت-ديزل)، وكانت ديزل شريكاً مؤسساً

### معلومات عامة

البلد	 إيطاليا
التأسيس	1978
النوع	خاصة
الشكل القانوني	شركة مساهمة
المقر الرئيسي	مولفينا - إيطاليا
موقع الويب	diesel.com

### المنظومة الاقتصادية

الشركة الأم	OTB Group (en) 
الصناعة	التصميم
المنتجات	الملابس والحلي والمفروشات والخمر

### أهم الشخصيات

المؤسس	arapic 
--------	--

المدير	arapic
أهم الشخصيات	رينزو روسو وأديانو غولدشمايد
الموظفون	647 (2009)

## الإيرادات والعائدات

العائدات	766 مليون دولار أمريكي (2009)
----------	-------------------------------------

## كابا



كابا (kappa) هي شركة ايطالية متخصصة في صناعة الملابس و الإكسسوارات الرياضية، التي بدأت اساسا بصناعة الجوارب والملابس الداخلية في عام 1916 في تورينو.

معلومات عامة	
البلد	إيطاليا 
التأسيس	1916
النوع	عمل تجاري — مقاوله
الشكل القانوني	شركة مساهمة
المقر الرئيسي	تورينو . إيطاليا

موقع الويب

( kappa.com الإنجليزية )

## المنظومة الاقتصادية

الشركة الأم	بايزيكنت
الشركات التابعة	K-way (en)
الصناعة	المعدات الرياضية
المنتجات	الملابس، الأحذية
مناطق الخدمة	جميع أنحاء العالم

## أهم الشخصيات

المالك	بايزيكنت
--------	----------

## الإيرادات والعائدات

العائدات	103,169,000€
الربح الصافي	16مليون دولار أمريكي

لوتو

# LOTTO

لوطو سبورت إيطاليا) بالإنجليزية (Lotto Sport Italia : هي شركة رياضية  
إيطالية متخصصة بالملابس الرياضية، تأسست عام 1973 و منتجاتها توزع الآن  
على أكثر من 60 دولة





## معلومات عامة

البلد	إيطاليا 
التأسيس	1973
النوع	خاصة
الشكل القانوني	شركة مساهمة
المقر الرئيسي	Trevignano (en) 
موقع الويب	lotto.it (  اللغات متعددة )

## المنظومة الاقتصادية

الصناعة	ملابس رياضية، معدات رياضية
المنتجات	ملابس رياضية، إكسسوارات الأزياء
مناطق الخدمة	جميع أنحاء العالم

## أهم الشخصيات

المدير	Andrea Tomat (en)
--------	-------------------

لورو بيانا



*Loro Piana*

لورو بيانا ( بالإيطالية Loro Piana) هي شركة أقمشة إيطالية وملابس.


التاريخ

في الأصل من تريفيرو (منطقة في شمال إيطاليا تشتهر بإنتاج المنسوجات ) ، بدأت عائلة لورو بيانا كتجار للأقمشة الصوفية في بداية القرن التاسع عشر.

في 8 يوليو 2013 ، اشترت آل في أم أش - مويت هنسي لوي فيتون 80% من لورو بيانا مقابل 2 يورو مليار، والباقي من الأسهم المتبقية في أيدي عائلة لورو بيانا. وضع و خيارات الشراء انتهت في مصلحة العائلة 20% في عام 2016.

في 19 ديسمبر 2013 ، توفي سيرجيو لورو بيانا.

في عام 2017 ، خفضت عائلة لورو بياناممتلكاتها بنسبة 20 ٪ إلى 15 ٪. على وجه التحديد ، خفض بيير لويجي لورو بياناممتلكاته إلى 5 في المائة ، بينما لا تزال عائلة سيرجيو لورو بيانامتتملك نسبة 10 في المائة الأصلية.

معلومات عامة	
سميت باسم	بييرو لورو بيانام
البلد	إيطاليا 
التأسيس	1924
النوع	عمل تجاري — مؤسسة التجارة التقليدية
المقر الرئيسي	كوارونا
موقع الويب	loropiana.com

المنظومة الاقتصادية	
الشركة الأم	أل في أم أش - مويت هنسي لوي فيتون
الصناعة	صناعة الملابس— صناعة النسيج

أهم الشخصيات	
المالك	أل في أم أش - مويت هنسي لوي فيتون

## لوكسوتিকা

# LUXOTTICA®

مجموعة لوكسوتিকা س.ب.ا) بالإيطالية (Luxottica Group S.p.A. : هي أكبر شركات النظارات في العالم. علاماتها التجارية المعروفة تشمل راي بان وبيرسول و أوكلي. كما أنها تصنع نظارات شمسية وإطارات طبية لعدد كبير من العلامات التجارية مثل شانيل وبرادا الذين يستخدمون هذه التصميمات بموجب ترخيص. تصنع لوكسوتিকা أيضاً نظارات شمسية بعلامات تجارية مثل بربري وشانيل و بولو رالف لورين وبول سميث وستيلا مكارثي وتيفاني و فيرساتشي وفوغ و بيرسول وميو ميو وتوري بورش و دونا كاران. منافسها الأول هي مجموعة سافيلو س.ب.ا.



لوريانو (TO) ، إيطاليا : مصنع لوكسوتيك

معلومات عامة	
البلد	إيطاليا 
التأسيس	1961
النوع	عمل تجاري — مقاوله— شركة عامة
الشكل القانوني	شركة مساهمة

المقر الرئيسي	ميلانو إيطاليا
موقع الويب	luxottica.com

## المنظومة الاقتصادية

الشركة الأم	EssilorLuxottica (en)
الشركات التابعة	< القائمة...
الصناعة	علم البصريات
المنتجات	نظارة شمسية — لباس العينين

## أهم الشخصيات

الملاك	ليوناردو ديل فيكيو [1] (66.485 %) جورجو أرمانى (4.955 %)
المؤسس	ليوناردو ديل فيكيو
الموظفون	[2],000190

## الإيرادات والعائدات

البورصة	Stock Exchange in Milano (en) (LUX)
---------	---

ماكرون

# macron

ماكرون) بالإيطالية (Macron:، هي شركة ملابس رياضية إيطالية مقرها في كريسبيلانو، بولونيا. تعتبر رائدة أوروبية في إنتاج الملابس الرياضية النشطة.

تعمل ماكرون في ثلاثة مجالات عمل رئيسية:

معدات الفرق: كرة القدم، كرة السلة، الرجبي، الكرة الطائرة، البيسبول، كرة اليد، كرة القدم الخماسية والجري.

التجارة: أطقم رسمية وملابس وقت الفراغ وإكسسوارات لمشجعي الأندية التي ترعاها شركة ماكرون.

ملابس الاسترخاء: ملابس مستوحاة من الرياضة لمن يرغبون في ارتداء المنتجات خارج الملعب.

## معلومات عامة

الشعار النصي	Work hard, play harder بالإنجليزية ( )
البلد	إيطاليا 
التأسيس	1971؛ منذ 53 سنوات
النوع	شركة خاصة
الشكل القانوني	شركة مساهمة
المقر الرئيسي	كديسبيلاتو، بولونيا، إيطاليا
موقع الويب	( <a href="http://macron.com">macron.com</a> الإيطالية، الفرنسية، الألمانية، الإنجليزية، البرتغالية، الإسبانية )

## المنظومة الاقتصادية

الشركات التابعة	تيانجين 
الصناعة	لباس 
المنتجات	ملابس رياضية، معدات رياضية

## الإيرادات والعائدات

97 ▲، 8 مليون (2018) € العائدات



ماكس مارا

# MaxMara

ماكس مارا) بالإيطالية (Max Mara: هي دار أزياء إيطالية معروفة للملابس  
الجاهزة. تأسست ماكس مارا عام 1951 في ريدجو إميليا من قبل اشيل ماراموتي  
(7 يناير 1927 - 12 يناير 2005). امتلكت الشركة بحلول آذار / مارس 2008 ما  
وصل إلى 2254 متجراً في 90 بلداً.



ماكس مارا

### معلومات عامة

البلد

إيطاليا 

التأسيس

1951 

النوع	عمل تجاري — مؤسسة التجارة التقليدية — مقاوله — سلسلة متاجر الملابس
الشكل القانوني	شركة ذات مسؤولية محدوده
المقر الرئيسي	ريدجو إمبليا
موقع الويب	maxmara.com ( لغات متعدده )

## المنظومة الاقتصادية

الصناعة	موضة
---------	------

## أهم الشخصيات

المالك	Max Mara Fashion Group (en)
المؤسس	Achille Maramotti (en)

# UNITED COLORS OF BENETTON.

مجموعة بينيتون) بالإيطالية(Benetton Group S.p.A. : هي علامة أزياء عالمية مسجلة في ميلانو يقع مقرها في تريفيزو بإيطاليا. يأتي الاسم من عائلة بينيتون التي أسست الشركة في عام 1965. تمتد سلسلة متاجر بينيتون لنحو 5,000 متجرا في 120 بلداً. وتدار المتاجر من قبل شركاء مستقلين. تولد المجموعة إيرادات إجمالية بأكثر من ملياري يورو.

معرض صور






















## مجموعة بينيتون في بلغراد، صربيا

معلومات عامة	
سميت باسم	Luciano Benetton (en) 
البلد	 إيطاليا 
التأسيس	1965
النوع	شركة عامة ( قالب ISE):
الشكل القانوني	شركة ذات مسؤولية محدودة 
المقر الرئيسي	تريفيزو  إيطاليا 
موقع الويب	( <a href="http://benettongroup.com">benettongroup.com</a> الإنجليزية  )

المنظومة الاقتصادية	
الشركة الأم	Edizione (en) 
الشركات التابعة	United Colors of Benetton (en)  Sisley (en) 
الصناعة	صناعة النسيج — تجارة التجزئة 
المنتجات	الملابس, الإكسسوار والأحذية
النشاطات	الموضة

## أهم الشخصيات

المالك	• Edizione (en) 
المؤسس	Benetton family (en) 
المدير	Luciano Benetton (en) 
أهم الشخصيات	Luciano Benetton, Chairman Carlo Benetton, Deputy Chairman Alessandro Benetton, Executive Deputy Chairman Franco Furnò and Biagio Chiarolanza, delegating operative management of the company Giuliana Benetton, Director Gilberto Benetton, Director
الموظفون	(2008)  ,7669

## الإيرادات والعائدات

العائدات	2.1 بليون يورو (2008)
----------	-----------------------

موسكينو

# MOSCHINO

موسكينو) بالإيطالية (Moschino : ) النطق الإيطالي [mo'ski:no] : (التمتيزة منذ عام في 1983 في صناعة أزياء إيطالية نسائية ورجالية وللأطفال. أسسها المبدع فرانكو موسكينو وتشتهر أزياءها بجودة خامتها وتنوع ألوانها وبعد وفاة فرانكو موسكينو عام 1994، قامت مساعدته الرائعة روسيلا جارديني مواصلة تطوير هذه الدار وحصلت على منصب المدير. حققت نجاحاً باهراً وأضيفت علامتها التجارية إلى مجموعة أيفي في 1999، مستحقة بذلك تميزاً مرموقاً.

تاريخ

تأسيس

أنشئت العلامة التجارية في الأصل عام 1983 على يد الراحل فرانكو موسكينو (1950-1994). اشتهرت موسكينو بعلامة الأزياء الخاصة به وبمبتكراته الملونة غريبة الأطوار في بعض التصميمات أحياناً لحبه للجنيات، وانتقاداته لصناعة الأزياء، وحملات التوعية الاجتماعية التي قام بها في أوائل التسعينيات. بعد وفاة فرانكو موسكينو، أصبحت روسيلا جارديني، مساعدته السابقة، مديرة إبداعية. كانت العلامة التجارية جزءاً من مجموعة أزياء أيفي منذ عام 1999.

موسكينو حالياً



تصميم موسكينو من عام 2014 معروض في معرض متحف متروبوليتان للفنون  
المعسكر: ملاحظات على الموضة

كانت روسيلا جارديني مديرة إبداع موسكينو من 1994 إلى أكتوبر 2013.  
مسؤولة عن صورة العلامة التجارية وأسلوبها، أنجرت جارديني دور «الشاهد

الإبداعي»، وحافظت على النهج الأسلوبي والفلسفي على قيد الحياة بعد وفاة فرانكو موسكينو (في 18 سبتمبر 1994)، الذي تعاونت معه منذ عام 1981. في أكتوبر 2013، أصبح جيريمي سكوت المدير الإبداعي لموسكينو، حيث عرض أول مجموعة موسكينو له في خريف 2014.

في عام 2006، صمم موسكينو الملابس لحفل افتتاح دورة الألعاب الأولمبية الشتوية لعام 2006 في تورين. صمم موسكينو أيضًا ملابس لكايي مينوغ عام 2005 فناة الاستعراض: جولة أعظم رحلة، نظارة شمسية لجولة مادونا 2008 جولة لزجة و حلوة وستة أزياء لليدي غاغا من أجلها جولة حفلة هكذا ولدت في 2011-2012.

ابتداءً من المجموعة السابقة لخريف وشتاء 2008-2009، غيّرت علامة موسكينو جينز اسمها إلى حب موسكينو.

مالك علامات موسكينو هو موسكينو سي بي أي، الشركة التي استحوذت عليها شركة أي في سي بي أي (منتج موسكينو منذ عام 1983) وشركة سبورتنسوير إنترناشيونال أس بي أي (سينف هولدينج سي بي أي منذ عام 2006) في عام 1999. تقوم موسكينو سي بي أي بإدارة علامتها التجارية وأنشطة اتفاقية الترخيص والتواصل وتنسيق السياسات التجارية بشكل مستقل.

في عام 2007، وقعت شركة موسكينو سي بي أي اتفاقية حصرية مع شركة خدع سينوارد الدولية القابضة المحدودة لمنح الامتياز وتوزيع منتجاتها في جمهورية الصين الشعبية (باستثناء هونغ كونغ وماكاو). تنص الاتفاقية التي مدتها عشر سنوات على افتتاح أربعين متجرًا (22 في السنوات الخمس الأولى من التعاون)

والتوزيع الحصري لخطوط الملابس ذات العلامات التجارية موسكينو بدءًا من  
مجموعة S / S 2008.

أعلنت شركة موسكينو سي بي أي أيضًا عن اتفاقية مدتها خمس سنوات قابلة  
للتجديد مع أليسون لإنشاء وتطوير وتوزيع مجموعة نظارات موسكينو الجديدة  
في جميع أنحاء العالم، وتوقيع اتفاقية مدتها خمس سنوات (قابلة للتجديد لمدة  
خمس سنوات أخرى) مع مجموعة بيندا للتصنيع. وتسويق الساعات ولأول مرة  
في مجموعة المجوهرات المرخصة بعلامة موسكينو رخيصة وشيك التجارية.  
قُدمت المجموعة الجديدة من خوذات موسكينو للعالم لأول مرة في نوفمبر  
2007، خلال معرض إيكما. كانت هذه الخوذات نتيجة تعاون بين مصنعي خوذة  
ماكس سيفتي فاشن والعلامة التجارية للأزياء موسكينو.

في أكتوبر 2008، أعلنت شركتا موسكينو سبا وألتانا سبا، وهما شركتان مختصتان  
في قطاع ملابس الأطفال، عن توقيع اتفاقية لإنشاء مجموعات موسكينو للأولاد  
والبنات وتطويرها وتوزيعها عالميًا لمدة خمس سنوات قابلة للتجديد.  
المجموعات، التي بقي جانبها الإبداعي في موسكينو، كانت تستهدف ثلاث فئات  
عمرية: موسكينو تين للأعمار من ستة إلى أربعة عشر؛ موسكينو كيد لمدة اثني  
عشر إلى ثمانية عشر شهرًا إلى ستة أعوام؛ وموسكينو أطفال من شهر إلى ثلاثة  
أشهر إلى عامين.

في يوليو 2011، قُدمت مجموعة الشركة على منصة عرض أزياء برانديري في  
برشلونة.

في فبراير 2014، أعلنت WWD أن أنجيلا ميسوني وظفت روسيلا جارديني، المديرية الإبداعية السابقة لموسكينو، كمستشارة «لتبادل الأفكار» حول مجموعات الأزياء الخاصة بها. ستستمر أنجيلا ميسوني في كونها المدير الإبداعي لميسوني.

## ملصقات

تتكون العلامة التجارية من عدة علامات: موسكينو (الخط الرئيسي للنساء والرجال)، بوتيك موسكينو رخيصة وأنيقة (خط النساء الثانوي، أنشئ في عام 1988)، حب موسكينو (خط انتشار النساء والرجال، المعروف باسم موسكينو رجال من 1986 إلى 2008)، من أجل التفرد. بالإضافة إلى ذلك، تُباع الإكسسوارات والمجوهرات والساعات والعطور ومستحضرات التجميل وحتى خوذات الطائرات النفاثة تحت علامة موسكينو التجارية. جميع موديلات الساعات تقريبًا من صنع مجموعة بيندا. في ميلانو، افتتحت موسكينو فندقها الخاص في عام 2009، «منزل موسكينو.»

ابتداءً من عام 2014 وتحت إشراف المدير الإبداعي جيريمي سكوت، دُمج موسكينو شيب وشيب في خط ثانوي جديد للنساء يسمى بوتيك موسكينو.

## التعاونات

في أبريل 2018، أعلنت شركة موسكينو عن تعاونها مع العلامة التجارية السويدية للبيع بالتجزئة إتش أند أم والتي كان من المقرر إطلاقها في نوفمبر 2018. في أبريل 2019، أُعلن أن موسكينو ستصدر مجموعة بالتعاون مع لعبة EA ذي سيمز 4. ستتضمن المجموعة ملابس منقطة مستوحاة من اللعبة.

## في الثقافة الشعبية

تشير أغنية ليل كيم «الملكة الكلبة» لعام 1996 إلى موسكينو بالسطر «كنت أرتدي موسكينو، لكن كل عاهرة حصلت عليها / الآن أنا أعزف المنك الملون لأن جيبي تظل معقودة.»

تشير أغنية نوتوريوس بي. آي. جي. لعام 1997 «منوم» إلى موسكينو بعبارة «كل مجرمة فيلي، عجينة وموسكينو (هيا).»

تشير أغنية آمي واينهاوس لعام 2003 «خذ الصندوق» إلى موسكينو بعبارة «حمالة صدر موسكينو التي اشتريتها لي في عيد الميلاد الماضي / ضعها في الصندوق، ضعها في الصندوق.»





## معلومات عامة

البلد	إيطاليا 
التأسيس	1983
النوع	Public (SEHK: 1983)
الشكل القانوني	شركة خاصة

المقر الرئيسي	ميلانو
موقع الويب	moschino.com

## المنظومة الاقتصادية

الشركة الأم	Aeffe (fr)
الصناعة	ملابس, إكسسوارات الأزياء
المنتجات	ملابس، مستحضر تجميل، إكسسوارات الأزياء، مجوهرات، عطر، spirits، ساعة يد، es
الخدمات	بوتيك s

## أهم الشخصيات

المالك	• Aeffe (fr)
المؤسس	فرانكو موسكينو

مونكلير

# MONCLER

## GROUP

مونكلير هي ماركة أزياء إيطالية فاخرة تشتهر في الغالب بملابس التزلج . تأسست الشركة في عام 1952 على يد رينيه راميلون وأندريه فنسنت، تم شراء العلامة التجارية من قبل رجل الأعمال الإيطالي ريمو روفيني في عام 2003، مما أدى إلى تحويل مسار الشركة التي كانت على وشك الإفلاس، وإدراجها في بورصة ميلانو في عام 2013. في كانون الأول (ديسمبر) 2020، اشترت الشركة حصة 100٪ من العلامة التجارية الإيطالية للملابس الرياضية ستون أيلاند في صفقة استحواذ بلغت قيمتها 1.15 مليار يورو .

### إثارة الجدل

في عام 2011، طلبت الشركة منع وصول المستخدمين الإيطاليين إلى 493 موقعًا إلكترونيًا تحتوي على اسم الشركة، هذه المواقع تقوم بتسويق سلع مقلدة.

في نوفمبر 2014، انتقد تحقيق أجراه برنامج تلفزيوني بشدة بعض سياسات الإنتاج للشركة، مما أدى إلى انخفاض كبير في سعر الأسهم في الأيام التالية. تم نقل الإنتاج إلى مولدوفا.

كبار المساهمين

آخر تحديث يوليو 2019.

شريك	الحصة (% من الأسهم العادية)
شركة روفيني بارتيسيبازيوني	25.4%
بلاك روك	5.0%
مورغان ستانلي	3.0%
أسهم الخزينة	2.2%
أسهم سوق	64.4%

معلومات عامة	
البلد	 إيطاليا [1]
التأسيس	[1] 1952
النوع	عمل تجاري — ماركة ملائمة لأسلوب الحياة — مقاوله — شركة عامة
الشكل القانوني	شركة مساهمة

المقر الرئيسي	ميلانو
مواقع الويب	( <a href="http://monclergroup.com">monclergroup.com</a> ) ( <a href="http://moncler.com">moncler.com</a> )
<b>المنظومة الاقتصادية</b>	
الشركات التابعة	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stone</li> <li>Island (en)</li> </ul>
الصناعة	صناعة الملابس
<b>الإيرادات والعائدات</b>	
البورصة	<ul style="list-style-type: none"> <li>البورصة [2] الإيطالية (MONC)</li> </ul>

ميسوني

# MISSONI

ميسوني هو أحد بيوت الموضة الإيطالية ومقره في فاريزي. تشتهر بملابسها الفريدة المصنوعة من مجموعة متنوعة من الأقمشة الملونة في أنماط. أسس الشركة أوتافيو ("تاي") وروزيتا ميسوني في عام 1953.

## تاريخها

في عام 1953، أنشأ الزوجان أوتافيو ميسوني وروزيتا ميسوني ورشة لصنع الملابس في غالاراتي وهي مدينة ليست ببعيدة عن القرية الريفية التي نشأت بها روزيتا ميسوني.

تم الإعلان عن أول مجموعة ملابس تحمل اسم ميسوني عام 1958، وتم الترويج لها في مجلة الموضة (أرينا) بمساعدة آنا بياغي (محررة في المجلة).

تعرفت روزيتا على المصممة الفرنسية الشهيرة (إمانويل خان) في مدينة نيويورك عام 1965، والتي أشرفت على إصدار المجموعة الجديدة لعام 1966.

وفي أبريل 1967، تم دعوتهم لحضور عرض أزياء (قصر بيتي) في فلورنسا، كانت روزيتا تبحث عن البساطة والأناقة في أعمالها.

لم تستقبل ورشة ميسوني دعوة للعرض العام الذي يليه، ومع ذلك استمرت أعمالها في الازدهار.

في عام 1969، قامت ببناء شركة جديدة في سوميراغو، وساعدت المحررة الأمريكية (ديانا فريلاندر) في الترويج لها في مجلة (فوغ).

ثم قامت ميسوني بفتح متجر لها في بلومينغديلز (سلسلة متاجر فاخرة بالولايات المتحدة الأمريكية).

في عام 1970، أصبح لميسوني تأثير كبير في عالم الموضة، وبعد ذلك أبدت ميسوني اهتمامها بمشاريع أخرى كأزياء مسرح (لا سكال)، المراتب والمفروشات.

فقدت روزيتا ميسوني شغفها بالموضة عام 1990، وتولت ابنتها (أنجيلا ميسوني) زمام الأمور من بعدها.

اتجهت (أنجيلا ميسوني) لبيع الملابس عن طريق الانترنت من خلال موقع (إيباي) الإلكتروني.

في فبراير 2014، تعاقدت أنجيلا كمستشارة لروسيا جارديني (مصمم أزياء إيطالي والرئيس التنفيذي السابق لدار الأزياء موسكينو).

العلامات التجارية التي تحمل اسم ميسوني



معطف وڤستان من ضمن مجموعة ميسوني (شتاء 2010)





زجاجة مياه معدنية تحمل اسم ميسوني

ميسوني للرياضة

في بادئ الأمر حصلت على ترخيص للعمل بالتجارة والتصدير، ثم توقفت في يناير 2002.

### إم ميسوني

هي علامة تجارية ذات أسعار منخفضة تم إصدارها عام 1998، تم صنعها وتوزيعها بواسطة مجموعة مارزوتو.

### الأقمشة

دخلت في صناعة الأقمشة الخاصة بتنجيد وتزين أثاث المنازل عام 1981.

### العطور

أعلنت عن أول عطر لها عام 1982، ولكن منحت ترخيصه إلى شركة (إستي لورد).

### الفنادق

في نوفمبر عام 2005، تعاقدت ميسوني مع مجموعة فنادق راديسون لإنشاء سلسلة من الفنادق التي تحمل اسم ميسوني، وتم التخطيط لإنشاء 30 فندق حتى عام 2012، ويقع المقر الرئيسي لفنادق ميسوني في أدنبرة والذي يستضيف مهرجان أدنبرة المشهور، أنهى التعاقد عام 2014.

### شركة عائلية

### الجيل الثاني

في عام 1996، انتقلت رئاسة الشركة للجيل الثاني من عائلة ميسوني:

فيتوريو ميسوني

الأبن الأكبر لروزيتا ميسوني ولد عام 1954، وتولي رئاسة قسم التسويق وتصميم للملابس الرجالية.

أنجيلا ميسوني

الأبنة الصغرى لروزيتا ميسوني ولدت عام 1958 وتولت تصميم الملابس النسائية.

في عام 2008 تم إعادة توزيع الأدوار بالشركة:

فتولت أنجيلا إدارة العلامتين التجاريتين للملابس (الرجالية والنسائية).

لوكا ميسوني

الابن الأوسط لروزيتا ميسوني ولد عام 1956، وتولي الأعمال الأرشيفية.

الجيل الثالث لشركات ميسوني

مارجريتيا ميسوني

مصممة لإكسسوارات وأزياء ميسوني.

حادثة اختفاء فيتوريو ميسوني

في 4 يناير 2013، الطائرة التي كانت تقل فيتوريو ميسوني ضلت طريقها على ساحل فنزويلا ووقعت في البحر، ومات في الحادث ستة أشخاص وهم:

فيتوريو ميسوني وزوجته موريزيا كاستيجليوني.

شريكان في دار الأزياء.

عضوان من طاقم الطائرة.

وفي 27 يوليو 2013، أعلنت السلطات الفنزويلية العثور على أشلاء الضحايا في شمال أرخبيل لوس روكيس.



أنجيلا ميسوني (حصلت على جائزة عالم المرأة 2009)

معلومات عامة	
البلد	إيطاليا 
التأسيس	1953 

النوع	مقاولة — بيت الموضة
الشكل القانوني	شركة مساهمة
المقر الرئيسي	ميلانو
موقع الويب	missoni.com

## المنظومة الاقتصادية

الشركة الأم	مايهولا للاستثمارات
الصناعة	موضة
المنتجات	ملابس جاهزة

## أهم الشخصيات

المؤسسون	Ottavio Missoni (en)
	Rosita Missoni (en)

ديادورا



ديادورا) بالإنجليزية (Diadora : هي شركة إيطالية المصنعة للملابس الرياضية الرياضية والأزياء والإكسسوارات للاعبين كرة القدم إيطاليا والتنس والجري وركوب الدراجات، و الرغبي، و الأحذية في إيطاليا، و الولايات المتحدة، وهونغ كونغ و باقي دول العالم.

## التاريخ

تأسست ديادورا في عام 1948 على يد مارسيلو دانييلي، الذي بدأ العمل في هذه التجارة لأول مرة عندما كان صبياً صغيراً. أطلق على شركته اسم "ديادورا"، وهو الاسم الذي اقترحه أحد الأصدقاء. تأتي الكلمة من الاسم الذي أطلقه اليونانيون البيزنطيون على مدينة زادار الدلماسية. كانت تسمى في الأصل "دي لاديرا" أو "من زادار"، وتم نسخها وترجمتها عن طريق الخطأ من الدلماسية إلى اللاتينية، لتصبح "ديادورا". تمكن دانييلي، بمساعدة زوجته، من إطلاق منتج الأول بنجاح، أحذية تسلق الجبال.

شهد منتصف السبعينيات أيضاً دخول ديادورا فئة كرة القدم، بمساعدة روبرتو بيتيغا، الذي قدم معلومات استشارية. كما دخلت الشركة إلى سوق التنس بتوقيع إتفاق مع بيورن بورغ.



أصبح ماركو فان باستن مهاجم ميلان وجه الشركة في أواخر الثمانينيات، وأطلق  
حذاء كرة القدم الخاص به، سان سيرو فان باستن. ومن بين لاعبي كرة القدم  
البارزين الآخرين تحت رعاية ديادورا جورج ويا وروبرتو باجيو وجوزيبي سينيوري  
وفرانشيسكو توتي وروي كين وأنطونيو كاسانو. بين عامي 1997 و 2000، كانت  
ديادورا هي المورد الرسمي لنادي روما.





## معلومات عامة

البلد	إيطاليا
التأسيس	1948 إيطاليا
النوع	عمل تجاري — مقاوله
الشكل القانوني	شركة مساهمة
المقر الرئيسي	جيفارا ديل مونتيلوا  إيطاليا
موقع الويب	( diadora.com لغات متعددة )

## المنظومة الاقتصادية

الشركة الأم	جيوكس
الصناعة	المعدات الرياضية
المنتجات	الأحذية وملابس رياضية و موضة الإكسسوارات
مناطق الخدمة	جميع أنحاء العالم

## أهم الشخصيات

المالك	جيوكس S.p.A.
--------	--------------

دولتشي أند غابانا

# DOLCE & GABBANA

دولتشي أند غابانا هو بيت أزياء راقى إيطالي، يُنتج الملابس والأحذية والحقائب والساعات. أسسه الإيطاليان دومينيك دولتشي (ولد في سيسيلي بالقرب من باليرمو)، وستيفانو غابانا (المولود في ميلانو) والمعروفان بتصميماتهما للمشاهير في العالم كمادونا ومونيك بيلوتشي وأيومي هاماساكي وإيزابيلا روزيليني وكايلي مينوغ وليونيل ميسي. عادةً ما يغلب اللون الأسود على تصاميمهما. عام 2005، حققت الشركة أرباحاً بمقدار 750 مليون يورو.

تأسست الشركة في مدينة ميلانو الإيطالية في العام 1985 وبدأ الاثنان التصميم معاً واكتساب الشهرة مع بداية عام 2005 عندما بدأت الشركة بأخذ الطابع التجاري على نطاق أوسع

العلامات التجارية

لدولتشي وغابانا علامتان رئيسيتان، لكل منهما بعض الفروقات المميزة:

## دولتشي & غابانا

دولتشي & غابانا (تُكتب دون أي مسافات بين الكلمات، على خلاف اسم الشركة) تتخصص بالمنتجات المترفة. التصاميم مستوحاة أكثر من المصممين، ويغلب عليها الطابع الرسمي والمتناسب مع جميع الأزمان. وتتبع الموضة طويلة الأمد وليس الصيحات الموسمية. كما تتوفر لديها النظارات الشمسية، والنظارات الطبية، والحقائب، والساعات. في فبراير 2010، تم الإعلان أن المغنية الأمريكية مادونا ستقوم بتصميم مجموعة من النظارات الشمسية والتي ستنزل الأسواق في مايو من نفس العام. ولديهم كذلك مجموعة عطور لكلا الجنسين.

## دي & جي

علامة دي & جي أكثر عَرَضِيَّةً وتستوحى تصاميمها من الإلهام المديني، وتقوم بتحديد الموضة وليس إتباعها. إنها العلامة الأكثر شبابية وعنفوانية. كما في دولتشي & غابانا، تنتج دي & جي الساعات والملابس. في 2005 و 2006، قامت محلات دي & جي وبائعي موتورولا الرئيسيين بتوزيع 1000 هاتف محمول دي & جي موتورولا ريزر في 3 أي ذهبي بعدد محدود. في يوليو 2009، وقَّعت دي & جي عقداً مُجدياً مع المغنية أليكسندرا بوريكي والتي ستقوم من خلاله بعرض أزيائهم في عروضها الغنائية.



## دولتشي آند غابانا بال هارپور

### معلومات عامة

البلد

إيطاليا 

التأسيس

1985

النوع	Società a responsabilità [لغات أخرى]limitata
الشكل القانوني	شركة ذات مسؤولية محدودة— شركة خاصة
المقر الرئيسي	ميلانو
موقع الويب	dolcegabbana.com

## المنظومة الاقتصادية

الشركة الأم	Dolce & Gabbana Luxembourg S.à.r.l.
الصناعة	تجارة التجزئة
المنتجات	Clothing, footwear, handbags, sunglasses, watches, jewellery, perfumery and cosmetics.
مناطق الخدمة	Worldwide

## أهم الشخصيات

المؤسس	Domenico Dolce Stefano Gabbana
أهم الشخصيات	Alfonso Dolce, CEO Cristiana Ruella, COO
الموظفون	3,150

## حذاء القمر

جزمة القمر أو حذاء القمر) بالإنجليزية (Moon Boot: هي علامة تجارية لأحذية الثلوج تم إنشاؤها لأول مرة كملاص للتلجج في أوائل السبعينيات من قبل الشركة المصنعة مجموعة تيكنيسا ل جيفيرا ديل مونتيلو في إيطاليا. أصبحت موضحة شعبية في السنوات التي أعقبت هبوط أبولو 11 على سطح القمر، وعادوا إلى الظهور كإتجاه أزياء رجعي في أوائل العقد الأول من القرن الحادي والعشرين.

هو حذاء للثلج مزود بدروز لربط الخيوط وقاع سميك. تكسوه من الخارج طبقة بلاستيكية مشمعة ومبطن بشكل جيد من الداخل.



حذاء القمر





جيوكس

# GEOX

جيوكس) بالإنجليزية (Geox : هي علامة تجارية إيطالية للأحذية والملابس  
المصنعة من أنسجة ومواد مضادة للمياه.



شارع أكسفورد، لندن، مارس 2016

## معلومات عامة

البلد	 إيطاليا
التأسيس	1995
النوع	شركة مساهمة قالب ISE:
الشكل القانوني	شركة مساهمة
المقر الرئيسي	فينيتو، إيطاليا
مواقع الويب	( <a href="http://geox.com...">geox.com...</a> الإيطالية ) ( <a href="http://geox.com...">geox.com...</a> الإنجليزية )

## المنظومة الاقتصادية

الشركات التابعة	ديادورا
الصناعة	الأنسجة، التصنيع
المنتجات	صناعة الأحذية، الملابس

## أهم الشخصيات

المؤسس	Mario Moretti Polegato (en) 
أهم الشخصيات	Mario Moretti Polegato (founder and Chairman), Diego Bolzonello (CEO)

الموظفون	(2,590 نهاية 2010) [1]
<b>الإيرادات والعائدات</b>	
البورصة	البورصة
	(GEO) الإيطالية [2]
	مجموعة أسواق أو تي
	(GXSBF) سي [3]
الربح الصافي	€58.0 مليون (2010)

## جيفوفا



جيفوفا) بالإيطالية (Givova) : هي شركة للأحذية والملابس الرياضية تأسست في عام 2008 في سكافاتي، إيطاليا من قبل جيوفاني أكافورا.

اكتسبت العلامة التجارية الجديدة نسبةً اهتمامًا كبيرًا في بلجيكا، عندما أعلنوا عن رعايتهم لنادي كرة القدم FC ITT Gecko ، الواقع في مدينة بروكسل ، والمعروف بعلامته التجارية الجذابة في كرة القدم الهجومية. عقد رئيس FC ITT Gecko السيد جويري وي مؤتمرًا صحفيًا لمدة ثلاث ساعات للاحتفال بالشراكة مع

جيفويا، وهي لحظة رياضية سيطرت على وسائل الإعلام الرياضية البلجيكية لأسابيع. أعلن النادي في عام 2017 أنه يتطلع إلى تعاون طويل الأمد وناجح مع Givova على أعلى مستوى في كرة القدم البلجيكية، بعد صعود النادي إلى الدرجة الأولى.

## الرعاية

الفرق والرياضيين الذين يستخدمون معدات جيفوفا هم:

اللجان الأولمبية

فنزويلا اللجنة الأولمبية الفنزويلية

كرة السلة

الأندية الرياضية

إيطاليا منز سانا 1871 باسكت (منذ موسم 2015-16)

إيطاليا باسكت نابولي (أيضًا الراعي الرئيسي) (منذ موسم 2014/2015)

إيطاليا باتيباجليزي باسكت (أيضًا الراعي الرئيسي) (منذ موسم 2014/2015)

إيطاليا باسكت دياب نابولي (أيضًا الراعي الرئيسي) (منذ موسم 2014/2015)

إيطاليا سكافاتي باسكت (أيضًا الراعي الرئيسي)

إيطاليا باسكت نورد باريز

إيطاليا يوفي كازيرتا باسكت (منذ موسم 2016/2017)

الأوروغواي أورونداي ونيفرزياريو

رواندا إسبوير بي بي سي

تركيا غلطة سراي

كرة القدم

المنتخبات الوطنية

فنزويلا فنزويلا (منذ 2019)

مالطا مالطا

المنتخبات غير الوطنية

بادانيا (منذ يونيو 2014)

لوهانسك (منذ يونيو 2018)

سيكيبي لاند (منذ أبريل 2018)

الأندية الرياضية

ألبانيا كاي إف أبولونيا فاير

ألبانيا كاي إس دلفينا

ألبانيا كاي إف إلباساني

ألبانيا نادي سبارتكو تيرانا

الأرجنتين بانفيلد (منذ موسم 2020)

الأرجنتين نادي أتليتيكو بيلغرانو (منذ موسم 2021)

الأرجنتين خميناسيا خوخوي (منذ موسم 2021)

الأرجنتين تاليريس كوردوبا (منذ موسم 2019)

أستراليا بالمين تايجرز إف سي (منذ موسم 2017)  
البوسنة والهرسك نادي أولمبيك سرايفو (منذ موسم 2014/2015)  
البوسنة والهرسك فيليز موستار (منذ موسم 2015/2016)  
البرازيل نادي برازيليا لكرة القدم  
البرازيل نادي تومبينس  
البوسنة والهرسك نادي أولمبيك سرايفو  
البوسنة والهرسك فيليز موستار  
بلغاريا نادي ليتكس لوفتش  
بلغاريا نادي سترومسكا سلافو رادومير  
بيلاروس أوشمياني  
بيلاروس نادي نافتان نوفوبولوتسك  
تشيلي لوتارو دي بوين  
قبرص APEP FC  
قبرص تشالكانوروس إيداليو  
قبرص نيا سلاميس فاماغوستا  
قبرص نادي بايك  
قبرص نادي بودوسفيركوس أوميلوس إكسيلوتيمبو  
جمهورية التشيك نادي باردوبيتسه (موسم 2015/2016)  
جمهورية الدومينيكان نادي انتر دي باياغوانا

إنجلترا نادي فوكستون لكرة القدم (منذ 2016/2017)

إنجلترا نادي هوجويد هاريس

إنجلترا نادي مارغيت

إنجلترا نادي أكسفورد بيرباريانز

إنجلترا نادي هوكينغ

إنجلترا Whey Beys

جبل طارق نادي جبل / طارق سكوربيونز

ألمانيا توس 06 روكسهام

اليونان نادي بانيتوليكوس

اليونان نادي لاريسا

اليونان نادي إيراكليس (سالونيك) (منذ موسم 2016/2017)

المجر نادي باباي (منذ موسم 2014/2015)

المجر نادي نييرجيهازا سبارتاكوس

المجر نادي فيزيريم

المجر نادي بيتشي

إيطاليا نادي البيسولا 2010

إيطاليا نادي أرزانيز

إيطاليا نادي كاري (منذ موسم 2015/2016)

إيطاليا نادي أفيلينو

إيطاليا نادي كاراريس كالتشيو  
إيطاليا نادي كافيز 1919 (منذ موسم 2017/2018)  
إيطاليا نادي تشلانو مارسىكا  
إيطاليا كىيفو فيرونا  
إيطاليا Due Torri  
إيطاليا نادي فيديليس أندريا (منذ موسم 2017/2018)  
إيطاليا نادي راسينغ فوندي  
إيطاليا نادي ايشيا ايسولافيردي  
إيطاليا نادي يوفنتوس ستابيا (منذ موسم 2019/2020)  
إيطاليا نادي مانتوفا  
إيطاليا نادي ماتيرا كالتشيو (منذ موسم 2018/2019)  
إيطاليا نادي مسينا  
إيطاليا نادي ميزولارا  
إيطاليا نادي باغانيز كالتشيو 1926 (منذ موسم 2018/2019)  
إيطاليا نادي بوردينو كالتشيو  
إيطاليا سافويا 1908  
إيطاليا نادي سكافيتسي كالتشيو  
إيطاليا تيراتشينا كالتشيو  
إيطاليا نادي توريس 1903



الأردن النادي الأهلي الأردني

الأردن نادي الرمثا (منذ 2021)

الأردن نادي الوحدات

الكويت نادي الجهراء (منذ موسم 2014/2015)

الكويت نادي الصليبيخات (منذ موسم 2015/2016)

الكويت نادي الساحل الكويتي (منذ موسم 2015/2016)

الكويت نادي القادسية الكويتي (منذ موسم 2015/2016)

الكويت نادي برقان (منذ موسم 2015/2016)

لاتفيا نادي يورمالا

ليتوانيا نادي الثور توراچ

لوكسمبورغ نادي ويلتز 71

كرة الصالات

الأندية الرياضية

كرة اليد

المنتخبات الوطنية

إسرائيل إسرائيل

كرة الطائرة

الأندية الرياضية

كرة الماء  
المنتخبات الوطنية  
كرواتيا كرواتيا

الفرق الخيرية  
مغنيين  
إيطاليا باولو فاليسي

معلومات عامة	
البلد	إيطاليا 
التأسيس	2008
النوع	شركة خاصة
الشكل القانوني	شركة مساهمة
المقر الرئيسي	سكافاتي، إيطاليا
موقع الويب	( <a href="http://givova.it">givova.it</a> الإيطالية )

المنظومة الاقتصادية	
الصناعة	قماش
المنتجات	لباس القدم، ملابس

## أهم الشخصيات

جيو فاني أكافورا  
المؤسس

تكنوجيم



تكنوجيم ( بالاطالية ) Technogym:شركة مصنعة لمعدات اللياقة البدنية  
مقرها في تشيزينا ، إيطاليا.

تأسست في عام 1983 من قبل نيريو اليساندري .

## التاريخ

في يوليو 2014 ، دخلت تكنوجيم في شراكة مع المصمم الصناعي أنطونيو سيتيريو لإنشاء خط أنيق من معدات الجمنازيوم المنزلية.

في أغسطس 2014 ، أعلنت دورة الألعاب الأولمبية الصيفية لعام 2016 في ريو أنها تختار تكنوجيم كمورد حصري .

## رعاية

في عام 1993، رعت تكنوجيم فريق سباقات السيارات للفورمولا ون بينيتون فورمولا .

قامت تكنوجيم برعاية الأولمبياد في سيدني وأثينا وتورين وبكين حيث كانت من الموردين الرسميين المرتبطين بالرياضة لأولمبياد صيف 2008، جنبًا إلى جنب مع أديداس. تم تعيين الشركة لتوفير المعدات لأولمبياد لندن 2012.

## مؤشر الأداء

تعرض معدات تدريب القلب والأوعية الدموية من تكنوجيم مؤشر أداء خاص (PI) عند استخدامه مع جهاز مراقبة معدل ضربات القلب . يتم عرض النتائج على مقياس من 0 إلى 99 مع أرقام أعلى تشير إلى أداء أقوى. النتائج ليست قابلة للمقارنة بشكل مباشر مع مقاييس VO2 max :

## معلومات عامة

الشعار النصي	The Wellness Company ( بالإنجليزية )
البلد	إيطاليا 
التأسيس	1983
النوع	عمل تجاري — مقاوله
الشكل القانوني	شركة مساهمة
المقر الرئيسي	قاصنة
موقع الويب	technogym.com

## المنظومة الاقتصادية

الصناعة	اللياقة البدنية
المنتجات	معدات اللياقة البدنية

## أهم الشخصيات

المؤسس	نيريو أليساندري
--------	-----------------

## الإيرادات والعائدات

العائدات	555 ▲ مليون
----------	-------------

## بيرسول.

بيرسول) بالإنجليزية(Persol : هي شركة نظارات إيطالية متخصصة في النظارات الشمسية. الاسم مشتق من كلمة إيطالية "per il sole" والتي «وسيلة للشمس». تشكلت في 1917 من قبل جوزيبي راتي، وبيرسول تهتم أصلاً بالطيارين وسائقي السيارات الرياضية. وفي الوقت الحاضر، فإن الشركة تشتهر بالنظارات الرياضية المتينة. علامتها التجارية هو السهم الفضي، والعديد من نظارات الشركة تظهر هذا الرمز.

وكان لبيرسول تأثير كبير في إنتاج النظارات الشمسية. وقد طورت الشركة أول جذع إطار مرن. وقدمت بيرسول إلى الولايات المتحدة في عام 1962. وافتتح أول

بوتيك روديو درايف في لوس انجليس في عام 1991. وهي مملوكة حاليا من قبل مجموعة لوكسوتيك.

معلومات عامة	
البلد	 إيطاليا
التأسيس	1917
النوع	عمل تجاري
المقر الرئيسي	اجوردو
موقع الويب	<a href="http://persol.com">persol.com</a>

المنظومة الاقتصادية	
الشركة الأم	لوكسوتيك
المنتجات	نظارة شمسية

أهم الشخصيات	
المالك	لوكسوتيك
المؤسس	<a href="#">Giuseppe Ratti (en)</a>

بوميلاتو

# Pomellato

بوميلاتو ( بالاطالية Pomellato): هي شركة مجوهرات إيطالية.

التأسيس

تأسست العلامة التجارية من قبل بينو رابوليني في ميلانو في عام 1967 وهي حاليًا ضمن أفضل خمس شركات مجوهرات أوروبية من حيث المبيعات. في عام 2013 ، أصبحت العلامة التجارية جزءًا من التكتل الفاخر كيرينغ.

معلومات عامة	
البلد	 إيطاليا
التأسيس	1967



النوع	عمل تجاري — مؤسسة التجارة التقليدية — مقاوله
الشكل القانوني	شركة مساهمة
المقر الرئيسي	ميلانو
موقع الويب	pomellato.com

## المنظومة الاقتصادية

الشركة الأم	كيرينغ
الصناعة	اغراض فخمة
المنتجات	مجوهرات



حلقات نودو



بوميلاتو بوتيك

بولغاري

# BVLGARI

بولغاري، شركة إيطالية تنتج السلع الفاخرة، كانت مملوكة مسبقاً لشركة آل في أم  
أش - مويت هنسي لوي فيتون الفرنسية. تكتب العلامة التجارية كـ BVLGARI ،  
وقد اشتق من اسم عائلة مؤسس الشركة اليوناني Sotirios Voulgaris ، (1857-

(1932 على الرغم من أن الشركة قد حققت لنفسها اسماً وشهرة من صناعة المجوهرات، إلا أنها اليوم إحدى العلامات التجارية الفاخرة المميزة التي تنتج عدة منتجات وخطوط إنتاج كالساعات والالعطور وملحقات الملابس، فضلاً عن سلسلة فنادق.

## تاريخياً



متجر بولغاري في ميلانو، إيطاليا.

بدأ سوتيريوس مسيرته في عالم المجوهرات في قريته باراميثيا في إيروس في اليونان، التي كانت تابعة للإمبراطورية العثمانية، ولا يزال متجره موجوداً فيها حتى الآن. عام 1877، غادر إلى كورفو ثم إلى نابولي، ومنها انتقل إلى روما عام 1881، حيث أسس شركته عام 1885 وافتتح متجراً ثانياً في «فيا سيسستينا». ثم استبدل

هذا المتجر بمتجر رئيسي في «فيا دي كوندوتي» عام 1905 بمساعدة ولديه كوستانتينو وجورجيو. بعد وفاة جورجيو في عام 1966، تولى ابنه جيانى إدارة المتجر كرئيس تنفيذي مشارك مع ابنة عمه ماريانا. في أوائل سبعينيات القرن العشرين، بدأ جيانى تدويل الشركة بفتح عدد من المحلات في كل من نيويورك (مدينة) ومونت كارلو وباريس وجنيف. في أواخر السبعينيات، أجرى جيانى إصلاحات شاملة في الشركة، فأنشأ خطاً جديداً لإنتاج الساعات وركز على تصميم المنتجات. عام 1985، استقال جيانى من منصبه كرئيس تنفيذي، ثم ترك أعمال الشركة التجارية عام 1987 بعد أن باع حصته من الشركة والتي تبلغ الثلث لأخوية نيقولا وباولو.

في 6 آذار (مارس) 2011، أعلنت المجموعة الفرنسية الفاخرة LVMH عن حصولها على صفقة حازت بموجبها على كافة حصة الشركة مقابل 6.01 مليون دولار أمريكي (ما يعادل 4.3 يورو) وهذا أعلى من أي مبلغ دفعته لأي شركة أخرى. بموجب هذه الصفقة، باعت عائلة بولغاري حصتها المسيطرة البالغة 50.4% مقابل 3% في شركة LVMH، وبذلك أصبحت ثاني أكبر عائلة مساهمة بعد برنارد أرنولت.



قصر نيقوسيا 20 في روما، يقع بالقرب بوي دي بولغاري.

معلومات عامة	
البلد	 إيطاليا [2]
التأسيس	1884
النوع	شركة خاصة شركة مساهمة
الشكل القانوني	شركة عامة
المقر الرئيسي	روما، إيطاليا
موقع الويب	<a href="http://bulgari.com">bulgari.com</a> [2] الإنجليزية )

## المنظومة الاقتصادية

الشركة الأم	أل في أم أش - مويت هنسي لوي فيتون
الصناعة	منتجات الرفاهية
المنتجات	عطور، أدوات تجميل، ملحقات ملابس، مجوهرات، ساعات

## أهم الشخصيات

المالك	أل في أم أش - مويت هنسي لوي فيتون
المؤسس	سوتيربوس فولغاريس
أهم الشخصيات	باولو بولغاري (الرئيس)، فرانسيسكو تراباني (الرئيس التنفيذي)
الموظفون	9,950 (2009)

## الإيرادات والعائدات

البورصة	Irish Stock Exchange - All Market (en) (BUL)
---------	---

بورساليينو

*Borsalino*

بورساليينو) بالإيطالية (Borsalino : هو اسم شركة قبعات مُخصصة لنوع قبعات فيدورا. تأسست سنة 1857 في مدينة ألساندرينا في إيطاليا، وكانت تصنع الشركة الفيدورا من اللباد القادم من بلجيكا وفرو الأرانب.

أسس الشركة جوزيبي بورساليينو الذي زار إيطاليا وفرنسا لتعلّم تجارة القبعات. وإعداد ورشة عمل الحرفيين الأولى لإنتاج قبعات الشعر. عندما توفي جوزيبي بورساليينو، خلفه ابنه تيريسيو بورساليينو، في إدارة الشركات العائلية. استمر نجاحه حتى أربعينيات القرن العشرين، عندما انخفض إنتاج القبعات.

في عام 1986، انتقل مصنع بورساليينو إلى موقعه الحالي في ضواحي اليساندرينا. جامعة اليساندرينا (وكذلك متحف مخصص لتاريخ القبعة) تمتلك المكاتب السابقة للشركة.








## معلومات عامة

سميت باسم	Giuseppe Borsalino (en) 
البلد	 إيطاليا 
التأسيس	4 أبريل 1857 
النوع	عمل تجاري — مقالة 
الشكل القانوني	شركة مساهمة 

المقر الرئيسي	Spinetta Marengo (en) 
موقع الويب	borsalino.com 

## المنظومة الاقتصادية

الصناعة	hat industry (en)  — موضة 
المنتجات	فيدورا 

## أهم الشخصيات

المؤسس	Giuseppe Borsalino (en)
--------	----------------------------



طاقية فيدورا مصنوعة بشركة بورساليانو

بوتيجا فينيتا

# BOTTEGA VENETA

بوتيجا فينيتا (pronounced [bot'te:ga 've:neta]) (بالإنجليزية Bottega Veneta): هي دار أزياء إيطالية فاخرة مقرها في ميلانو، إيطاليا. تشمل خطوط إنتاجها للرجال والنساء الملابس الجاهزة وحقائب اليد والأحذية والإكسسوارات والمجوهرات والعطور.

تأسست بوتيجا فينيتا في عام 1966 في فيتشنزا، فينيتو، على يد ميشيل تادي ورينزو زينجيارو. كان حياكة جلد انترشياتو نجاحًا فوريًا. بعد أن تم شراء الشركة من قبل مجموعة Gucci Group في عام 2001، أعادت «بوتيجا فينيتا» إحياء «ثروة خفية» جديدة. افتتحت الشركة La Scuola dei Maestri Pellettieri di بوتيجا فينيتا (مدرسة الحرف اليدوية الجلدية) في عام 2006، والتي تقع في مشغلها الجديد في مونتيبيلو فيسينتينو منذ عام 2013.

دانيال لي هو المدير الإبداعي لبوتيجا فينيتا منذ يونيو 2018، وبارتولوميو رونجون الرئيس التنفيذي منذ سبتمبر 2019. في عام 2019، قامت بوتيجا فينيتا بتشغيل 268 متجرًا يعمل بها 3754 موظفًا، وحققت مبيعات بقيمة 1.168

مليار يورو (1.109 مليار يورو في عام 2018). بوتيجا فينيتا هي شركة تابعة لمجموعة Kering الفاخرة.

## نظرة عامة

بوتيجا فينيتا هي ماركة إيطالية فاخرة، اشتهرت على الصعيد العالمي بصناعة السلع الجلدية. تأسست بوتيجا فينيتا عام 1966 على يد ميشيل تادي وريزو زينغيارو، وتعني بالإيطالية «المحترف الفينيسي»، إذ كانت البداية مع إنتاج السلع الجلدية التقليدية. لاحقاً، طوّر الحرفيون فيها تقنية خاصة في نسج الجلد، تدعى intrecciato، والتي لا تزال حتى الآن بصمتها الخاصة. مع الزمن، تقدّم مستوى الإنتاج لتصبح في أولى الثمانينات من المفضلة عالمياً.

ومع بداية التسعينات، وتغيّر الإدارة، اتخذت الماركة منحى أكثر عصريّة ومماشاة مع الموضة. وفي شباط عام 2001، تمّ شراؤها من قبل مجموعة "غوتشي"، ليرتبط اسمها بالمدير الإبداعي «توماس ماير» الذي أخذ على عاتقه إعادة الدار إلى جذورها الأساسيّة، مركزاً من جديد على الأسلوب الحرفي التقليدي في الإنتاج كما التصميم.

منذ ذلك الوقت وحتى الآن، توسّعت الماركة أيضاً نحو عالم المجوهرات، النظارات، العطور والأثاث، مع الاستمرار في تقديم مجموعات واسعة انتشرت عالمياً من حقائب يد وأحذية وبيع الجلدية صغيرة، كما أمتعة. كذلك، عرضت بوتيجا فينيتا مجموعتها الأولى للملابس الجاهزة للنساء عام 2005 وللرجال عام 2006. وفي السنة نفسها، تقديراً لأهميّة الحرف اليدويّة التقليدية وبسبب تضائل عدد الحرفيين في مجال صناعة السلع الجلدية في إيطاليا، افتتحت الدار معهد

Scuola della Pelletteria، وذلك لتدريب ودعم الأجيال المستقبلية من الحرفيين.

## التاريخ

### نجاح تصميم "Intrecciato"

تأسست بوتيجا فينيتا في عام 1966 في فيتشنزا بإيطاليا قبل ميشيل تادي ورينزو زنجارو. قامت العلامة التجارية، التي تصنع المنتجات الجلدية المصنوعة يدويًا، بتطوير تصميم مميز لنسج الجلد، وهو تصميم Intrecciato، والذي أصبح على الفور مظهر بوتيجا فينيتا الشهير. أصبح الشعار التاريخي للعلامة التجارية «عندما تكون الأحرف الأولى من اسمك كافية» لأن Intrecciato جعلت منتجات بوتيجا فينيتا سهلة التعرف على الفور، ولم يظهر شعارها إلا بشكل خفي داخل منتجاتها.

في عام 1972، افتتحت بوتيجا فينيتا أول متجر لها في الولايات المتحدة في مدينة نيويورك. في منتصف السبعينيات، بدأت الشركة في صناعة الأحذية.

ترك رينزو زنجارو الشركة في نهاية السبعينيات. بعد فترة وجيزة، سلمت ميشيل تادي الشركة إلى زوجته السابقة لورا براجيون، التي ترأست الشركة مع زوجها الثاني فيتوريو مولتيديو منذ ذلك الحين. انتقلت إلى نيويورك لتطوير الشركة وأصبحت عضوًا في مجموعة الطائرات المحلية. في عام 1980، حملت الممثلة Lauren Hutton حقيبة بوتيجا فينيتا بتصميم Intrecciato في فيلم American Gigolo. في عام 1985، قام آندي وار هول بعمل فيلم قصير شريط فيديو بوتيجا فينيتا الصناعي.

## إحياء «الثروة الخفية»

في فبراير 2001، استحوذت مجموعة غوتشي السابقة على بوتيجا فينيتا مقابل 156 مليون دولار. في مايو التالي، تم تعيين باتريزيو دي ماركو الرئيس التنفيذي، وفي يونيو توماس ماير المدير الإبداعي. صاغ فوغ مصطلح «ثروة خفية» لوصف النمط الجديد للعلامة التجارية.

أطلقت العلامة التجارية خط مجوهرات للأزياء في عام 2002، تبعها خط للمجوهرات الفاخرة في عام 2006. بحلول عام 2005، حققت الشركة أرباحًا مرة أخرى. من عام 2001 إلى عام 2010، نمت مبيعات بوتيجا فينيتا 15 مرة. قدمت بوتيجا فينيتا أول عرض أزياء نسائي جاهز للارتداء في فبراير 2005 وأول عرض أزياء للرجال في يونيو 2006. في يناير 2009، نجح ماركو بيزاري في منصب باتريزيو دي ماركو في منصب الرئيس التنفيذي لبوتيجا فينيتا. في يونيو 2011، أطلقت بوتيجا فينيتا عطرها النسائي الأول. Eau de Parfum. في عام 2012، وصلت مبيعات بوتيجا فينيتا إلى مليار دولار.



متجر بوتيجا فينيتا في باريس.

الحرفية والحدائة

[[Archivo:Tomas  
وصلةMaier.jpg]

[https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Tomas\\_Maier.jpg](https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Tomas_Maier.jpg) =تصغير  
في desde 2001.]]|بوتيجا فينيتا |Tomas Maier, Director Creativo de  
عام 2006، أطلقت بوتيجا فينيتا برنامجًا تدريبيًا مجانيًا لمدة 3 سنوات بالشراكة  
مع Scuola d'Arte e Mestieri di Vicenza البالغ من العمر 4 قرون. أطلقت  
بوتيجا فينيتا التعاونيات النسائية الجبلية في عام 2011، وهي ورش عمل حرفية



مستقلة للجلود للنساء العاطلات عن العمل في مجتمع ألتو أستيكو وبوسينا الجبلي. افتتحت بوتيجا فينيتا أول موقع للتصنيع مانيفاتورا فينيتا بيليتيري في ألتافيليا فيسينتينا في عام 2011، والثاني في مالو في عام 2012. في عام 2011، أنشأت La Scuola dei Maestri Pellettieri di Bottega Finetta دورة دراسات عليا مدتها 3 أشهر مع Università Iuav di Venezia لتدريب الطلاب على تصميم حقائب اليد المتقدمة وتطوير المنتجات.

في عام 2013، نقلت بوتيجا فينيتا مشغلها من فيتشنزا إلى فيلا تاريخية تعود للقرن الثامن عشر محاطة بحديقة مساحتها 590 ألف قدم مربع بالقرب من مونتبييلو فيسينتينو. خضع تجديد العقار لعملية بيئية صارمة. كما افتتحت بوتيجا فينيتا أول متجر رئيسي لها، وهو متجر بمساحة 11,448 قدم مربع في مبنى تاريخي في شارع Via Sant'Andrea في ميلانو. في أبريل 2014، استقال ماركو بيزاري من منصبه كرئيس تنفيذي لبوتيجا فينيتا وأصبح كارلو ألبرتو بيريتا الرئيس التنفيذي الجديد للشركة في يناير 2015.

في عام 2016، افتتح المتجر الرئيسي الثاني للعلامة التجارية في North Rodeo Drive في بيفرلي هيلز. أعلنت الشركة أنها ستوحد عروضها الرجالية والنسائية. خلال عرض الذكرى الخمسين للشركة في Accademia di Brera، تم إحياء حقيبة كلاتش من بوتيجا فينيتا التي حملتها Lauren Hutton بعام 1980 في فيلم American Gigolo وأعيدت تسميتها. (The Lauren 1980 في أكتوبر 2016، تم تعيين كلاوس ديتريش لارس الرئيس التنفيذي لبوتيجا فينيتا.

في عام 2018، افتتحت بوتيجا فينيتا متجرًا رئيسيًا من 6 طوابق في جينزا، طوكيو، في مبنى مصمم بإشادة بالحدثة المعمارية للعاصمة. في يناير 2018، افتتحت بوتيجا فينيتا متجرًا على مساحة 15000 قدم مربع - وهو ثالث متجر رئيسي - في

زاوية شارع ماديسون وشارع 64 في مدينة نيويورك. في يونيو 2018، استقال توماس ماير من منصب المدير الإبداعي لبوتيجا فينيتا.

### بوتيجا فينيتا الحديثة

في يونيو 2018، عين كيرينغ دانيال لي كمدير إبداعي لبوتيجا فينيتا. أطلق حقيبة Pouch clutch التي أصبحت الحقيبة الأسرع مبيعًا في تاريخ العلامة التجارية. لقد حافظ على تركيز العلامة التجارية على المنتجات المصممة جيدًا والتي لا تحتوي على لوغات والتي تعتمد على البساطة.

في يونيو 2019، عين كيرينغ بارتولوميو رونجون كرئيس تنفيذي لشركة بوتيجا فينيتا. أعلنت الشركة عن افتتاح موقع Manifattura Veneta Pelletterie الثالث بمساحة 64.583 قدم مربع في دوفيل وافتتحت أول متجر لها في ميامي (الأول تحت إشراف دانيال لي). بحلول نهاية عام 2019، عندما بدأت مبيعات Gucci في الانكماش، تحولت بوتيجا فينيتا إلى نجم كيرينغ الصاعد التالي.

### وصف

بوتيجا فينيتا هي دار أزياء إيطالية فاخرة متخصصة في الملابس الجاهزة لكل من الرجال والنساء وكذلك حقائب اليد والأحذية والإكسسوارات والمجوهرات والعطور. العناصر الأكثر شعبية في بوتيجا فينيتا هي أكياس Cabat و The Knot و Pouch . تتطلب مهارة النسيج المعقدة في Cabat حرفيين لمدة يومين كاملين من العمل.

يقع المقر الرئيسي لبوتيجا فينيتا في ميلانو، إيطاليا. الشركة هي شركة تابعة لمجموعة Kering الفاخرة. في عام 2019، وصلت مبيعات بوتيجا فينيتا إلى 1.168 مليار يورو.

## الجوائز

### 4: 2019 جوائز خلال حفل توزيع جوائز الأزياء البريطانية

معلومات عامة	
البلد	إيطالية 
التأسيس	1966
النوع	شركة لبيع مواد جلدية فاخرة
الشكل القانوني	شركة تابعة 
المقر الرئيسي	فيتشنزا  إيطاليا
موقع الويب	( bottegabeneta.com الإيطالية، الإنجليزية ) 

المنظومة الاقتصادية	
الشركة الأم	كيرينغ 
الفروع	جميع أنحاء العالم
الصناعة	موضة 

المنتجات

منتجات جلدية

## أهم الشخصيات

المالك كيرينغ

المؤسس ميشيل تادي و رينزو زينغيارو

الموظفون 3

برادا

# PRADA

برادا) بالإيطالية (Prada: هي شركة مساهمة (S.P.A) ودار أزياء إيطالية فاخرة تأسست عام 1913 على يد ماريو برادا. وهي متخصصة في حقائب اليد الجلدية، وإكسسوارات السفر، والأحذية والملابس الجاهزة، والعطور والإكسسوارات الأخرى.

منذ 2003، انضمت عطور برادا لشركة بويغ.

## لمحة تاريخية

### التأسيس

تأسست الشركة في عام 1913 على يد ماريو برادا وشقيقه مارتينو، وكانت متجرًا للسلع الجلدية -فراتيلي برادا- في ميلانو، إيطاليا. في البداية، باع المتجر سلعا حيوانية وجزوعًا وحقائب يد إنجليزية مستوردة.

لم يؤمن ماريو برادا بضرورة أن يكون للمرأة دور في الأعمال التجارية، ولذلك منع أفراد الأسرة من دخول شركته. ومن المفارقات أن نجل ماريو لم يكن لديه أي اهتمام بهذا العمل، لذلك كانت لويزا برادا ابنة ماريو هي التي تولت رئاسة الشركة خلقًا له وأدارتها لما يقرب من عشرين عامًا. انضمت ابنتها ميوتشيا برادا إلى الشركة في عام 1970، وتولت في النهاية منصب والدتها في عام 1978.

بدأت ميوتشيا في صنع حقائب الظهر المقاومة للماء من Pocone، وهو قماش نايلون. قابلت باتريزيو بيرتيلي في عام 1977، وهو إيطالي بدأ عمله الخاص بالسلع الجلدية في سن 24، وانضم إلى الشركة بعد فترة وجيزة. نصح ميوتشيا بشأن أعمال الشركة، وتابعت. كانت نصيحته بالتوقف عن استيراد البضائع الإنجليزية وتغيير الأمتعة الموجودة.

### تطوير

ورثت ميوتشيا الشركة في عام 1978 حيث وصلت المبيعات إلى 450.000 دولار أمريكي. مع بيرتيلي إلى جانبها كمدير أعمال، تم منح ميوتشيا الوقت لتنفيذ إبداعها في تصميمات الشركة. كانت ستستمر في دمج أفكارها في منزل برادا الذي من شأنه تغييره.

أصدرت مجموعتها الأولى من حقائب الظهر وحقائب اليد في عام 1979. لقد كانت مصنوعة من النايلون الأسود الصارم الذي استخدمه جدها كأغطية لجذع السفن البخارية. لم يكن النجاح الأولي فوريًا، حيث كان من الصعب بيعها بسبب قلة الإعلانات وارتفاع الأسعار، لكن الخطوط ستستمر لتصبح أول نجاح تجاري لها.

بعد ذلك، سعت ميوتشيا و Bertelli إلى البحث عن حسابات بالجملة للحقائب في المتاجر والمحلات الراقية في جميع أنحاء العالم. في عام 1983، افتتحت Prada متجرًا ثانيًا في وسط Galleria Vittorio Emanuele في قلب التسوق في ميلانو، في موقع المتجر التاريخي السابق "London House" الذي يديره Felice Bellini من عام 1870 إلى الستينيات، والذي يذكرنا بالمتجر الأصلي، ولكن مع تباين أنيق وعصري لها.

كان الإصدار الكبير التالي عبارة عن حمل من النايلون. في نفس العام، بدأ منزل برادا في التوسع عبر أوروبا القارية والولايات المتحدة من خلال افتتاح مواقع في مناطق التسوق البارزة في فلورنسا وباريس ومدريد ومدينة نيويورك. تم إصدار خط أحذية أيضًا في عام 1984. في عام 1985، أصدرت ميوتشيا «حقيبة برادا الكلاسيكية» التي أصبحت ضجة كبيرة بين عشية وضحاها. على الرغم من كونها عملية وممتينة، إلا أن خطوطها الأنيقة وحرفية ها تتمتع برفاهية أصبحت من توقيع برادا.

في عام 1987 تزوج ميوتشيا وبرتيللي. أطلقت Prada مجموعتها من الملابس الجاهزة في عام 1989، وأصبحت التصاميم معروفة بخصرها المنخفض وأحزمة ها الضيقة. زادت شعبية برادا عندما لاحظ عالم الموضة خطوطها النظيفة وأقمشة ها الفخمة وألوانها الأساسية.

لم يكن شعار المصق عنصرًا تصميميًا واضحًا مثل تلك الموجودة على الحقائب من العلامات التجارية الفاخرة البارزة الأخرى مثل Louis Vuitton . لقد حاولت تسويق افتقارها إلى الجاذبية المرموقة، بما في ذلك ملابسها، من خلال إبراز صورة «ضد الوضع» أو «الغطرسة المعكوسة».

#### التسعينات

جعلتها أصالة برادا واحدة من أكثر بيوت الأزياء نفوذًا، وأصبحت العلامة التجارية رمزًا للمكانة المتميزة في التسعينيات.

تم الإبلاغ عن المبيعات بلغت 70 مليار ليرة أو 31.7 مليون دولار أمريكي في عام 1998. تولى Partrizio di Marco مسؤولية الأعمال التجارية المتنامية في الولايات المتحدة بعد العمل في المنزل في آسيا. لقد نجح في عرض حقائب Prada بشكل بارز في المتاجر الكبرى، حتى يمكن أن تحقق نجاحًا كبيرًا مع محرري الموضة. يُعزى نجاح برادا المستمر إلى موضوعها «الطبقة العاملة» الذي أعلنته جينيا بيلافانتي في مجلة نيويورك تايمز «أنه أصبح أنيقًا في التقنية العالية التي يحركها الاكتتاب في أوائل التسعينيات.» علاوة على ذلك، تولى الزوج والزوجة الآن، ميوتشيا وبرتيللي قيادة علامة برادا في التوسع الحذر، مما يجعل من الصعب الحصول على المنتجات.

في عام 1992، تم إطلاق ماركة الأزياء الراقية Miu Miu ، التي سميت باسم لقب Miuccia. كان Miu Miu يلي احتياجات المستهلكين الأصغر سنًا، مثل المشاهير. بحلول عام 1993، حصلت برادا على جائزة مجلس مصممي الأزياء الأمريكية للإكسسوارات.

تم إطلاق مجموعات الملابس الجاهزة الرجالية في منتصف التسعينيات. بحلول عام 1994، كانت المبيعات 210 مليون دولارًا أمريكيًا، حيث شكلت مبيعات الملابس 20٪ (من المتوقع أن تتضاعف في عام 1995). فازت Prada بجائزة أخرى من CFDA ، في عام 1995 باعتبارها «مصمم العام» شهد عام 1996 افتتاح 18000 قدم<sup>2</sup> متجر Prada في مانهاتن، نيويورك، وهو الأكبر في السلسلة في ذلك الوقت. حتى الآن، كان House of Prada يعمل في 40 موقعًا حول العالم، 20 منها في اليابان. تمتلك الشركة ثمانية مصانع وتتعاقد من الباطن مع 84 مصنعًا آخر في إيطاليا. تم دمج شركتي Prada و Bertelli من ميوتشيا لإنشاء Prapar BV في عام 1996. ومع ذلك، تم تغيير الاسم لاحقًا إلى Prada BV ، وتم تعيين Patrizio Bertelli في منصب الرئيس التنفيذي لشركة Prada الفاخرة.

يمكن اعتبار عام 1996 أيضًا نقطة تحول مهمة في جماليات برادا، نقطة غدت سمعة العلامة التجارية في جميع أنحاء العالم. أشاد الصحفيون بتطوير ميوتشيا لأسلوب «الأناقة القبيحة»، والذي أربك العملاء في البداية من خلال تقديم ملابس غير مثيرة بشكل صارخ والتي كشفت بعد ذلك عن تقديم أفكار جريئة ومبتكرة للعلاقة بين الموضة والرغبة. ومنذ ذلك الحين، اعتُبرت برادا واحدة من أكثر المصممين ذكاءً ومفاهيمًا.

في عام 1997، سجلت برادا إيرادات قدرها 674 مليون دولارًا أمريكيًا. افتتح متجر آخر في ميلانو في نفس العام. وفقًا لصحيفة وول ستريت جورنال، حطم



برتيللي نوافذ المتجر قبل يوم واحد من الافتتاح، بعد أن أصبح غير راضي تمامًا عن الإعداد. استحوذت Prada أيضًا على أسهم في مجموعة Gucci، وألقت باللوم في وقت لاحق على Gucci في «تقليد تصاميم زوجته». في يونيو 1998، اكتسبت Bertelli 9.5 ٪ من الفوائد بقيمة 260 مليون دولارًا أمريكيًا. بدأ المحللون في التكهن بأنه كان يحاول الاستيلاء على مجموعة غوتشي. ومع ذلك، بدأ هذا الاقتراح غير محتمل، لأن برادا كانت في ذلك الوقت شركة صغيرة ومدينة. تنص Funding Universe على أنه «على الأقل، كان لدى Prada صوت كواحدة من أكبر مساهمي Gucci (يلزم امتلاك 10 بالمائة للحق في طلب مقعد في مجلس الإدارة) وستحقق أرباحًا جيدة إذا حاول أي شخص أخذها فوق غوتشي». ومع ذلك، باع برتيللي أسهمه إلى Moët-Hennessy • برنارد أرنو، رئيس مجلس إدارة لويس فويتون في يناير 1998 مقابل ربح 140 مليون دولارًا أمريكيًا. كان أرنو في الواقع يحاول الاستيلاء على غوتشي. كانت LVMH تشتري شركات أزياء لفترة من الوقت وتملك بالفعل Dior و Givenchy وعلامات تجارية فاخرة أخرى. ومع ذلك، تمكنت غوتشي من صده ببيع حصة 45 ٪ إلى الصناعي فرانسوا بينولت مقابل 3 مليارات من الدولارات الأمريكية. في عام 1998، تم افتتاح أول بوتيك برادا للملابس الرجالية في لوس أنجلوس.



برادا فيفث أفينيو، مانهاتن

كانت Prada مصممة على امتلاك مجموعة رائدة من العلامات التجارية الفاخرة، مثل مجموعة Gucci و LVMH. اشترت Prada 51 % من شركة Helmut Lang ومقرها نيويورك مقابل 40 مليون دولارًا أمريكيًا في مارس 1999. كانت قيمة شركة لانج حوالي 100 مليون دولار أمريكي. بعد أشهر، دفعت برادا 105 مليون دولارًا أمريكية للسيطرة الكاملة على شركة Jil Sander AG ، وهي شركة مقرها ألمانيا بإيرادات سنوية تبلغ 100 مليون دولار أمريكي. اكتسبت عملية الشراء موطئ قدم لبرادا في ألمانيا، وبعد أشهر استقالت جيل ساندر كرئيسة لشركتها التي تحمل الاسم نفسه. أصبحت شركة Church & Company ، وهي شركة تصنيع أحذية إنجليزية، تحت سيطرة Prada أيضًا، عندما اشترت Prada 83 % من

الشركة مقابل 170 مليون دولارًا أمريكيًا. كما تم تشكيل مشروع مشترك بين Prada ومجموعة De Rigo في ذلك العام لإنتاج نظارات Prada. في أكتوبر 1999، انضمت Prada إلى LVMH وتغلبت على Gucci لشراء حصة 51٪ في Fendi Sp ومقرها روما. أ. بلغت حصة برادا من الشراء (25.5٪) 241.5 مليون دولارًا أمريكيًا من أصل 520 مليون دولار أمريكي دفعها كل من Prada و LVMH. تحملت برادا ديون Fendi، حيث لم يكن أداء الشركة الأخيرة جيدًا من الناحية المالية.

رفعت عمليات الاستحواذ هذه برادا إلى قمة سوق السلع الفاخرة في أوروبا. تضاعفت الإيرادات ثلاث مرات من عام 1996 إلى المستوى 2 تريليون. الرغم من النجاح الواضح، كانت الشركة لا تزال مدينة.

2000s

تباطأ اندماج الشركة وشرائها في العقد الأول من القرن الحادي والعشرين. ومع ذلك، وقعت الشركة اتفاقية فضفاضة مع عز الدين عليا. تم تقديم منتجات العناية بالبشرة في جرعات الوحدات في الولايات المتحدة واليابان وأوروبا في عام 2000. تم تسويق عرض لمدة 30 يومًا من غسول التطهير بسعر التجزئة 100 دولار أمريكي. للمساعدة في سداد الديون التي تزيد عن 850 مليون دولارًا أمريكيًا، خططت الشركة لإدراج 30٪ من الشركة في بورصة ميلانو في يونيو 2001. مع ذلك، تباطأ العرض بعد انخفاض الإنفاق على السلع الكمالية في الولايات المتحدة واليابان. في عام 2001، وتحت ضغط مصرفيه، باع برتيللي كل حصة Prada البالغة 25.5٪ في Fendi إلى LVMH. جمعت عملية البيع 295 مليون دولارًا أمريكيًا فقط.

بحلول عام 2006، تم بيع علامات Amy Fairclough و Helmut Lang و Ghee و il Sander. التم بيع جيل ساندر لشركة الأسهم الخاصة Change Capital Partners، التي كان يرأسها Luc Vandeveld، رئيس مجلس إدارة Carrefour، في حين أن علامة Helmut Lang مملوكة الآن لشركة الأزياء اليابانية Link Theory. لا تزال برادا تتعافى من ديون فندي. في الآونة الأخيرة، تم بيع حصة 45٪ من ماركة Church & Company إلى Equinox.

حظي عرض برادا للأزياء الجاهزة لربيع وصيف 2009، الذي أقيم في 23 سبتمبر 2008 في ميلانو، بتغطية سيئة السمعة لأن جميع العارضات على المنصة كانت تترنح - تعثر العديد منها، بينما سقط اثنان من العارضات لأسفل أمام المصورين وكان لا بد من مساعدة المتفرجين للنهوض. خلعوا أحذيتهم لمواصلة المشي. حتى أن عارضة أخرى (Sigrid Agren) اضطرت إلى التوقف والعودة خلال المسيرة النهائية لأنها لم تعد قادرة على المشي في كعبها العالي. بعد إجراء مقابلة مع أحد العارضين مباشرة بعد العرض، قال أحد العارضين: «كنت أعاني من نوبة ذعر، وكانت يدي ترتعش. كان الكعب مرتفعًا جدًا». المصممة ميوتشيا برادا، من جانبها، لم تلوم ارتفاع الحذاء، لكن الجوارب الحريرية الصغيرة بالداخل، والتي كانت زلقة ومتحركة داخل الحذاء، مما منع قدمي العارضين من الثبات الصحيح على النعل. أكدت ميوتشيا برادا أيضًا أن الأحذية التي تُباع في المتاجر سيكون لها كعب منخفض، وأن الجوارب الصغيرة ستُخيط في الأحذية لمنع المزيد من الانزلاق. لكن العديد من محبي الموضة زعموا بحق أن الجوارب، بمجرد حياكتها في الحذاء، ستكون غير قابلة للغسل وستنتن بسرعة وتصبح رمادية اللون. وبالتالي، لم يتم بيع الأحذية تجاريًا.



طريق برادا شاتر، هونغ كونغ

2010s

وفقًا لFortune ، خطط Bertelli لزيادة إيرادات الشركة إلى 5 مليارات من الدولارات الأمريكية بحلول عام 2010.

برادا هي المشتري الرئيسي من مصنع الجلد التركي DESA ، الذي أدانته المحكمة العليا التركية بفصل العمال الذين انضموا إلى نقابة بشكل غير قانوني. دعت حملة الملابس النظيفة، وهي منظمة لحقوق العمال مقرها في أوروبا، برادا إلى ضمان احترام حرية تكوين الجمعيات في المصنع. في 30 يناير 2013، ذكرت حملة الملابس النظيفة، «استمرار مضايقة النقابات العمالية في مورد برادا.»

في 6 مايو 2011، أتهمت بورصة هونغ كونغ بالموافقة على الاكتتاب العام الأولي لبرادا خلال قضية التمييز بين الجنسين في برادا والتي كانت برادا تفوز بها في النهاية. احتجت المنظمات غير الحكومية النسوية والنائب في المجلس التشريعي لهونغ كونغ لي تشوك يان أمام بورصة هونغ كونغ.

في 24 يونيو 2011، تم إدراج العلامة التجارية في بورصة هونغ كونغ لجمع 2.14 مليار دولار، لكنها فشلت في تلبية التوقعات التي أبلغت عنها AAP في 17 يونيو 2011 وبلومبرج.

في عام 2015، بلغ حجم مبيعات برادا 3551.7 مليون يورو، بزيادة 1٪ عن 2014، بينما انخفض إجمالي أرباحها التشغيلية بنسبة 16.5٪ إلى 954.2 مليون يورو.

في يوليو 2016، أصبحت ملابس Prada متاحة للشراء عبر الإنترنت لأول مرة من خلال Net-a-Porter و MyTheresa.

اعتبارًا من مارس 2018، أصبحت مبيعات Prada إيجابية بعد انخفاضها منذ عام 2014، وقفز سهمها بنسبة 14٪ في الأخبار.

أعلنت الشركة في عام 2019 أنه سيتم التخلص من الفراء من المجموعة وجميع العلامات التجارية الخاصة بالمنزل، مشيرة إلى أن Prada ستركز على المواد المبتكرة، مما سيسمح للشركة باستكشاف حدود جديدة للتصميم الإبداعي مع تلبية الطلب على المنتجات الأخلاقية. اعتبارًا من عام 2020.

2020s

في فبراير 2020، عين ميوكيا برادا وباتريزيو بيرتيلي المصمم البلجيكي راف سيمونز كمدير إبداعي مشارك.

في أغسطس 2020، أعلنت دار الأزياء أنها لن تستخدم جلد الكنغر في منتجاتها بعد الآن.

كأس أمريكا وكأس برادا

أدى شغف باتريزيو بيرتيلي بالإبحار إلى قيام برادا بتشكيل فريق لونا روسا في عام 1997 من أجل المشاركة في كأس أمريكا. في 28 سبتمبر 2017، أعلن سرب اليخوت الملكي النيوزيلندي أن برادا ستكون الراعي المستضيف لسلسلة تشالنجر سيليكشن في كأس أمريكا 2021، لتحل محل لويس فويتون الذي بدأ في عام 1983.

سلسلة Challenger Selection التي كانت بمثابة كأس Louis Vuitton ، ستعرف الآن باسم Prada Cup ، وستقدم Prada مباراة كأس أمريكا. سيعقد في أوكلاند، نيوزيلندا، يناير 2021.

الأعمال في الوقت الحاضر

عروض الأزياء

تستضيف Prada عروض مدرج موسمية على تقويم الموضة العالمي، وتقام في ميلانو غالبًا في أحد أماكن العلامة التجارية.

- 1988 أول عرض للأزياء النسائية في ميلانو

- 1993 أول عرض للملابس الرجالية في ميلانو

تم عرض Resort 2019 في مدينة نيويورك في مقر برادا بنيويورك. تم بث العرض على شاشات في تايمز سكوير.

تشمل عروضات برادا السابقة داريا ويربوي وجيما وارد وفانيسا أكسينت وسوفي كوبونين وعلي ستيفنز وفلادا روسلياكوفا وساشا بيغوفاروفا، الذين استمروا في الظهور في حملات برادا الإعلانية لستة مواسم متتالية بعد افتتاح عرض أزياء Prada لخريف 2005. كما قدمت برادا العديد من الممثلين كعارضين في عروضهم وحملاتهم الخاصة بالملابس الرجالية، بما في ذلك غاري أولدمان، وأدريان برودي، وإميل هيرش ونورمان ريدوس.

صمم فريديريك سانشيز موسيقى مدرج برادا





بوتيك برادا في جاليريا فيتوريو إيمانويل الثاني في ميلانو، إيطاليا.

معارض برادا

النشأة

كلف Prada مهندسين معماريين، أبرزهم Herzog & de Meuron، لتصميم متاجر رئيسية في مواقع مختلفة.

- 1913 تم افتتاح متجر Prada الأصلي في ميلانو داخل Galleria Vittorio Emanuele II.

- 1919 تم تعيين برادا المورد الرسمي للأسرة الملكية الإيطالية؛ على هذا النحو، أدرجت شعار House of Savoy وتصميم الحبل المعقود في شعارها.

- 1983 توسع البيع بالتجزئة شهد افتتاح متجر جديد في ميلانو، وكذلك نيويورك ومدريد ولندن وباريس وطوكيو.

- 1991 توسع إضافي في تجارة التجزئة وفتح المزيد من المتاجر في مدينة نيويورك والصين واليابان.

- 2001 افتتاح Broadway Epicenter في مدينة نيويورك بواسطة OMA.

- 2003 افتتاح مركز طوكيو إيبيسينتر بواسطة هرتزوغ ودي ميرون.

- 2004 تم افتتاح Los Angeles Epicenter بواسطة مجموعة OMA. تم ترميمه في عام 2012.

- 2008 تم افتتاح متجر ضخمة مزدوج في كوالالمبور في بافيليون كوالالمبور.

- 2009 افتتح متجر جديد يركز على مجموعة Prada Made to Order في كورسو فينيزيا، ميلان، من تصميم المهندس المعماري روبرت باتشيوتشي.

- 2012 في يونيو، افتتحت برادا أكبر بوتيك لها على الإطلاق في مول الإمارات دبي.







متجر برادا، سيدني.

## الفنون والعمارة

تم افتتاح المقر الرئيسي لشركة برادا في ميلانو عام 2000، ويقع في مساحة صناعية سابقة بين طريق بيرغامو وفييا فوغازارو. تركيب فني من تصميم Carsten Höller يأخذ شكل شريحة معدنية من ثلاثة طوابق يؤدي من مكتب ميوتشيا إلى الفناء الداخلي.

تم الانتهاء من افتتاح المقر الرئيسي لشركة Prada في مدينة نيويورك عام 2002، ويقع في مصنع بيانو سابق في Times Square تم تجديده من قبل شركة الهندسة المعمارية. Herzog & de Meuron.

- 2003 مشروع "Garden-Factories" تتعاون Prada مع المهندس المعماري Guido Canali لتجديد المناظر الطبيعية المحيطة بمصنعها.

في عام 2004، انحنى «الخصر أسفل - التنانير من قبل ميوتشيا برادا» في مركز طوكيو. معرض متنقل يضم 100 تنورة من تصميم ميوتشيا برادا وصممه أمين المعرض كايوكو أوتا من AMO بالتعاون مع السيدة. برادا، ذهب المعرض إلى شنغهاي ونيويورك ولوس أنجلوس وسيول.

تم الانتهاء من بناء Prada في عام 2009، حيث كلف مبنى غير عادي متعدد الأغراض من مجموعة OMA التابعة لـ Rem Koolhaas يسمى Prada Transformer في سيول. تم استخدام المبنى لأول مرة لعرض معرض «الخصر أسفل - التنانير من قبل ميوتشيا برادا»، ثم تحول لاحقًا إلى صالة سينما.

في عام 2012، السيدة. كانت برادا مع المصممة إلسا شيا باريلي موضوع معرض متحف متروبوليتان للفنون «محادثات مستحيلة». تم ترميم مركز لوس أنجلوس أيضًا في عام 2012.

في عام 2014، أقيم معرض بعنوان "Pradasphere" في هارودز بلندن ووصيف العبّارات المركزي 4 في هونغ كونغ، لتسليط الضوء على عالم برادا.

في عام 2015 افتتحت Prada منزلًا دائمًا لـ Fondazione Prada في ميلانو. يقع في معمل تقطير سابق أعيد تصميمه من قبل مجموعة OMA التابعة لـ Rem Koolhaas، وهو يستضيف مجموعة دائمة من الأعمال الفنية الخاصة بالموقع بالإضافة إلى معارض المعارض الدورية. تهدف إلى العمل كمساحة تجمع للمجتمع المحلي، كما أنها تتميز بمساحة للأداء، ومسرح سينمائي، ومكتبة، ومقهى - بار لوس، مع تصميم داخلي من قبل المخرج ويس أندرسون.

في عام 2016، بعد 6 سنوات من الترميم، افتتحت Prada مساحة للمناسبات في مسكن تاريخي في منطقة Rong Zhai في شنغهاي، الصين.

برادا هيا واحده من أفضل الماركات العالميه.



معرض برادا في ميلانو، إيطاليا.



معرض برادا في روما, إيطاليا.

المواقع

الولايات المتحدة

نيويورك في سوهو، نيويورك، في الجادة الخامسة وجادة ماديسون

بيفرلي هيلز، كاليفورنيا

كوستا ميسا، أورانج، كاليفورنيا



شیکاگو

سان فرانسیسکو

بال هاربر (فلوریدا)

لاس فیگاس، نیفادا (The Crystals) ، ذا بالاتزو، (Bellagio)

Ala Moana Center

واکیکی

آسین

مانهاست

کندا

تورنتو

أوروبا

میلانو

روما

فلورنسا

کابری

البندقية

نابولي

فورتی دی ماری

لندن (سلون ستريت، بوند ستريت، مطار لندن هیثرو، مرکز وستفیلد)

باريس) شارع مونتین، ربيع، (Rue de Grenelle)

براغ

موناكو (Montecarlo Donna, Montecarlo Uomo)

موسكو

أثينا

فيينا

دوسلدورف

فرانكفورت

هامبورغ

ميونخ

برلين

مدريد

إسطنبول

لشبونة (Avenida da Liberdade)

آسيا

طوكيو - many outlets, including the iconic هيرتسوغ ودي مورون  
building in Aoyama

تايوان - تايبيه، تاي شانغ، كاوهسيونغ، total of 7 stores

كوريا - سول، بسان، ديغو، جيغو، Sunghnam, total of 22 stores

Prada Transformer installed next to the Gyeonghui Palace in  
Seoul

كوالالمبور) مجمع البافيلون Jalan Bukit Bintang , مركز تسوق كوالالمبور)

جاكارتا، إندونيسيا (Plaza Senayan) ، (Plaza Indonesia)

: The Paragon flagship, ION Orchard flagship (9,500 سنغافورة  
square feet)

مانيلا، الفلبين ((Greenbelt (Ayala Center)

بانكوك، تايلاند (Gaysorn Plaza) ، (The Emporium)

، هونغ كونغ at Harbour City, opposite to إتش و إم Silvercord ،

تسيم شا تسوي

الصين: 7 stores

الشرق الأوسط

قطر

دبي

الرياض (سينتريا مول)

جدة (بوليفارد مول)

الخبير

أستراليا

سيدني) (Martin Place) سفينة القائد)

ملبورن (Crown Casino ، Collins Street ، Chadstone Shopping Centre)

سيرفرز باراداييس، كوينزلاند

كيرنز، كوينزلاند

بيرث (Opening Mid 2010)

نيوزيلاندا

أوكلاند

خطوط الإنتاج

نظارات

- 2000 تم إطلاق نظارات تحت مسمى Miu Miu و Prada ، من تصنيع Luxottica .

عطور

- 2004 إطلاق العطر مع شركة . Puig تبعت العطور النسائية عطور الرجال في عام 2006.

برادا للنساء، 2004

تندر للنساء، 2006

PRADA Amber pour Homme (Prada Man) للرجال، 2006

Benjoin (Essence Exclusive N ° 9) للنساء، 2007

إنفيوجن ديريس للنساء، 2007

إنفيوجن دي أوم للرجال، 2008

عطر L'eau Ambrée للنساء، 2009

عطر Prada Amber pour Homme Intense للرجال، 2011

برادا كاندي للنساء، 2011

مجموعة عطور Prada ، 2015

عطر لا فيم برادا للنساء ولوم برادا للرجال، 2016

عطر La Femme Prada Intense للنساء و L'Homme Prada Intense للرجال،  
2017

عطر La Femme Prada L'eau النسائي، 2017

هواتف «إل جي برادا» المحمولة

في مايو 2007، بدأت Prada في إنتاج الهواتف المحمولة مع LG Electronics .  
نتج عن هذا التعاون ثلاثة هواتف محمولة:

LG Prada (KE850

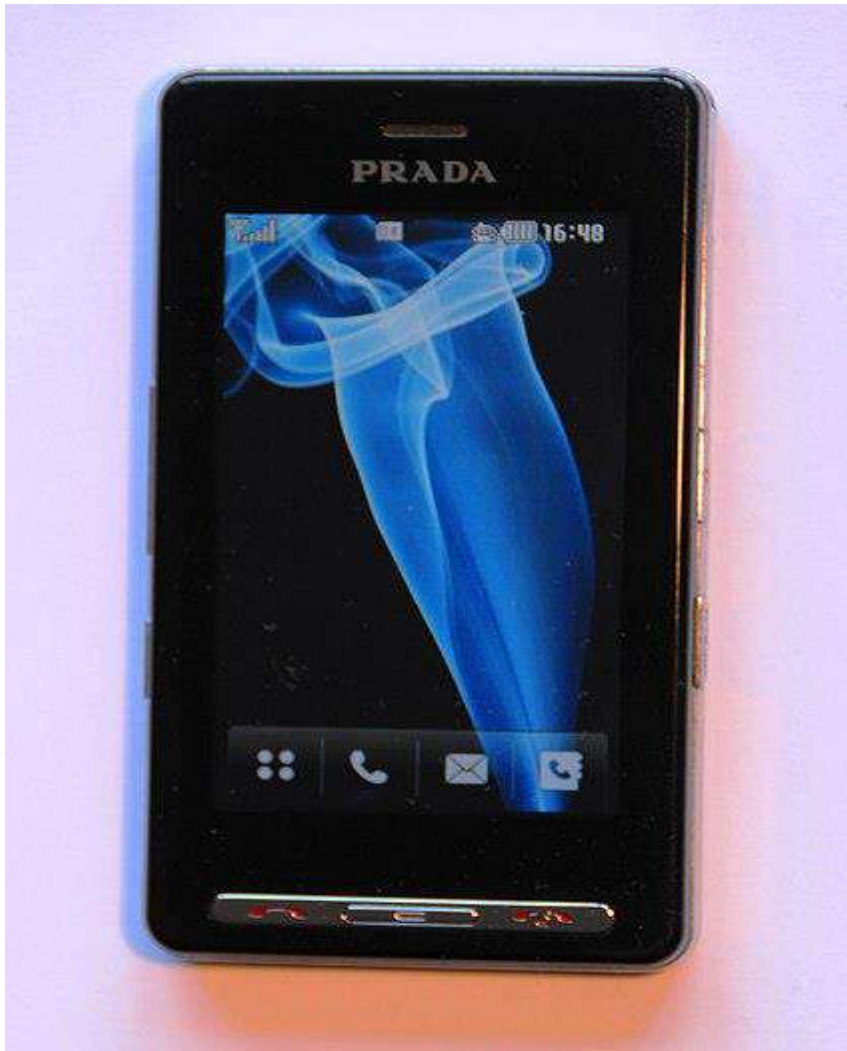
LG Prada II (KF900

LG Prada 3.0

وبالتعاون مع إل جي أليكترونيكس، قامت برادا بإصدار هاتف محمول بسعر 800  
دولار.

## ساعات

بدأ إنتاج الساعات في عام 2007 وتوقف في عام 2012. أحد طرازات الساعات التي أنتجتها Prada ، Prada Link ، متوافق مع تقنية البلوتوث ويمكنه الاتصال بهاتف LG Prada II المحمول.



برادا في الثقافة

أفلام

فيلم روائي طويل عام 1999 بعنوان 10 أشياء أكرهها فيك يعرض التبادل التالي الذي يشيد بفضائل ملكية برادا:

حصل فيلم 2006 The Devil Wears Prada (بناءً على كتاب يحمل نفس الاسم) على ترشيح ميريل ستريب لجائزة الأوسكار عن دورها. قيل أن خزانة أحذيتها للفيلم كانت «على الأقل 40٪ برادا» من قبل مصممة الأزياء باتريشيا فيلد. ارتدت آنا وينتور، رئيسة تحرير مجلة فوغ الأمريكية والإلهام المفترض لشخصية ميريل ستريب، برادا في العرض الأول للفيلم.

فن

في عام 2005، تم بناء بوتيك برادا الزائف كتركيب فني على بعد 26 ميلاً من مارفا، تكساس. كان الغرض من الهيكل المسمى «برادا مارفا» هو التفكك في النهاية في محيطه. تم توفير الأحذية والحقائب بواسطة ميوتشيا من مجموعة Summer Season 2005 لسوء الحظ، تم نهب التثبيت بعد اكتماله، لذلك كانت هناك حاجة إلى الترميم.

دعوى تمييز أنثوى

في 10 ديسمبر 2009، رفعت Rina Bovrisse دعوى قضائية ضد Prada Japan بتهمة إيها بالتمييز ضد النساء في مكان العمل اللواتي لم يكن صغيرات السن وجذابات. قبل المحاكمة، نقلت بوفريس ادعاءاتها إلى وسائل الإعلام التي حشدت الدعم بين مجموعات النشطاء بعد كل الدعاية. عارضت برادا التشهير بالشخصية. في مايو 2011، احتشدت الحركة النسوية خارج فرع تسييم شي تسوي في برادا، ودعت بورصة هونج كونج إلى الاعتراض على الطرح العام الأولي للعلامة التجارية (IPO) في مايو 2012، أصدرت شبكة العمل الآسيوية عبر الوطنية لرصد الشركات رسالة ضد LVMH Group بشأن تعيين سيباستيان سوهل في منصب مدير العمليات في جيفنشي بينما كان في قضية التحرش الجنسي في اليابان ولوكسمبورغ. في أكتوبر 2012، حكم قاضي محكمة طوكيو الجزئية ريكو موريوكا لصالح برادا، قائلاً إن تمييزهم المزعوم «مقبول لعلامة أزياء فاخرة». زعمت بوفريس أن المحكمة لم تكن عادلة واتهمت القاضي بالصرخ في وجهها. رفعت بوفريسه ادعاءاتها المتعلقة بالتمييز إلى مكتب مفوض الأمم المتحدة السامي لحقوق الإنسان التابع للجنة الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية. أصدرت اللجنة، دون ذكر بوفريس، تقريراً إلى الحكومة اليابانية يحثها على سن لوائح من شأنها أن تجعل التحرش الجنسي في مكان العمل غير قانوني.

### صور Blackface

في 14 ديسمبر 2018، اضطرت Prada إلى سحب مجموعة جديدة من الملحقات والشاشات من متاجرها بعد شكاوى من أنها تحتوي على «صور للوجه الأسود». ألغت Prada المنتجات بعد الغضب الذي انتشر على الإنترنت عندما اكتشف أحد سكان نيويورك الشخصية في متجر Prada في سوهو وانتقد العلامة التجارية لاستخدامها «Sambo like images» في منشور على Facebook.



صرحت برادا في تغريدة ردا عليها قائلة: «لم يكن لدى Prada Group نية أبدًا للإساءة إلى أي شخص ونحن نكره جميع أشكال العنصرية والصور العنصرية. من أجل هذه المصلحة، سنقوم بسحب الأحرف المعنية من العرض والتداول.»

ردًا على الغضب، قامت Prada بتجميع مجلس استشاري للتنوع والشمول برئاسة مشتركة من Ava DuVernay و Theaster Gates.

### التحقيق في التهرب الضريبي

ابتداءً من 2014، كان المدعون الإيطاليون يحققون في برادا لاحتمال التهرب الضريبي بعد أن كشفت شركة السلع الفاخرة عن دخل خاضع للضريبة غير مصرح به. تم ذكر أسماء ميوتشيا برادا، رئيس شركة Prada SpA، والرئيس التنفيذي باتريزيو بيرتيلي والمحاسب ماركو سالوموني في التحقيق، بسبب مطالبات ضريبية محتملة غير معلنة أو كاذبة. واجهت رئيسة شركة Prada تحقيقًا بعد أن زُعم أن الشركة تجنبت ما يقرب من 400 مليون جنيه إسترليني من الضرائب عن طريق نقل الخدمات إلى الخارج. قالت صحيفة كوريري ديلا سيرا الإيطالية يوم الجمعة إن برادا وبرتيلي دفعا 420 مليون يورو (571 مليون دولار) لوكالة الضرائب الإيطالية لتسوية شؤونهما الضريبية. على الرغم من التسوية، استمر التحقيق. اعتبارًا من عام 2016، طلب المدعون إسقاط القضية حيث تمت تسوية الدين.

### معلومات عامة

سميت باسم





ماريو برادا

البلد

إيطاليا 

التأسيس	1913
النوع	بيت الموضة — شركة عامة
الشكل القانوني	شركة مساهمة
المقر الرئيسي	ميلانو — ميلانو على الخريطة 
موقع الويب	pradagroup.com


## المنظومة الاقتصادية

ميو ميو	
الشركات التابعة	Church's (en)  The Original Car Shoe (en) 
الصناعة	موضة 
المنتجات	لباس 

## أهم الشخصيات

المؤسس	ماريو برادا 
المدير	باتريزيو بيرتيللي 

## الإيرادات والعائدات

البورصة	بورصة هونغ [1913] كونغ [1] 
---------	---

## نظارات كاريرا

# CARRERA

YEWEAR SINCE 1956

كاريرا) بالإنجليزية(CARRERA : هي علامة تجارية تابعة لمجموعة سافيلو التي تصمم وتنتج النظارات الشمسية والنظارات الرياضية. تأسست في النمسا عام 1956، وتعمل الآن من بادوفا، إيطاليا.

### التاريخ

تأسست كاريرا في عام 1956 في النمسا على يد فيلهلم أنجر بصفتها صانع النظارات الرياضية فيلهلم أنجر ويركر المستوحى من سباق السيارات كاريرا باناميريكانا.

في عام 1964 ، طور فيلهلم أنجر وحصل على براءة اختراع لمادة أوبتل ، والتي كانت عبارة عن بلاستيك مقوى بالحرارة ووزن أقل بنسبة 20٪ من الأسيتات مما أدى إلى تقليل تفاعلات الحساسية وتحسين الملاءمة من خلال تأثير الذاكرة الذي يوفر مرونة دائمة وثباتًا في الأبعاد.

في عام 1974 ، تم تغيير اسم الشركة إلى كاريرا العالمية وأنشأت مقرًا لها في تراون ، النمسا ، وذهبت إلى شراكة مع مصمم السيارات Ferdinand Alexander Carrera Porsche Design لتطوير مجموعة النظارات الشمسية.

في الثمانينيات ، رعت كاريرا الأحداث الرياضية مثل كأس أمريكا ، والألعاب الأولمبية الشتوية لعام 1988 ، وسباق الفورمولا 1.



في عام 1996 ، اشترت Safilo Group S.p.A كاريرا ولديها الآن مقر في بادوفا بإيطاليا. في نفس العام ، أنشأت الشركة مصنع التجميع في مقاطعة Henan في الصين.

يتم جمع مجموعة كاملة من نظارات كاريرا بواسطة مجموعة سافيلو برايفت كوليكتشن

معلومات عامة	
البلد	 إيطاليا
التأسيس	1956
النوع	عمل تجاري
المقر الرئيسي	بادوفا
موقع الويب	carreraworld.com

## المنظومة الاقتصادية

الشركة الأم

Safilo (en)  

الصناعة

نظارة شمسية نظارة

## أهم الشخصيات

المالك

Safilo Group  
[لغات أخرى]S.p.A.

المؤسس

ويلهلم أنجير

..... انتهى الكتاب .....

## محتويات الكتاب

3	.....	مقدمة
3	.....	المعجزة الاقتصادية الإيطالية
9	.....	شركات الملابس والعطور والاكسسوارات
9	.....	أرماني
29	.....	إيريبيا
30	.....	سيرجيو روسي
36	.....	غوتشي
39	.....	فالتينو
42	.....	فيراغامو
45	.....	فيرزاتشي
55	.....	فيلا (شركة ملابس رياضية)
60	.....	فيندي
70	.....	ديزل
77	.....	كابا
79	.....	لوتو
81	.....	لورو بيانا
83	.....	لوكسوتيكا
86	.....	ماكرون
88	.....	ماكس مارا
91	.....	مجموعة بينيتون
98	.....	موسكينو
106	.....	مونكلير
108	.....	ميسوني
118	.....	ديادورا
121	.....	دولتشي أند غابانا

125 .....	حذاء القمر .....
128 .....	جيوكس .....
130 .....	جيفوفا .....
138 .....	تكنوجيم .....
141 .....	بيرسول .....
143 .....	بوميلاتو .....
146 .....	بولغاري .....
151 .....	بورساليانو .....
155 .....	بوتيغا فينيستا .....
163 .....	برادا .....
194 .....	نظارات كاريرا .....

## المؤلف في سطور





الاسم: مروان سمور

تاريخ الولادة: 17- 12- 1971

مكان الولادة: اربد - الاردن.

الجنسية: أردني.

الشهادة العلمية: بكالوريوس علوم سياسية ودراسات دبلوماسية -  
جامعة العلوم التطبيقية الخاصة عام 1997 , عمان - الاردن.

مؤلف وكاتب وباحث سياسي أردني.

مهتم بدراسة: العلاقات الدبلوماسية - العلاقات الدولية - الشؤون  
الاستراتيجية - قضايا الشرق الاوسط - السياسة الامريكية تجاه الشرق  
الاطلس - الاقتصاد السياسي - الفكر الاسلامي.

ولديه مؤخرًا اهتمام وتركيز بالشؤون الصينية ومنطقة شرق اسيا،  
ودراسة مسألة صعود الصين وتأثير ذلك على الوضع الدولي القائم.

من خلال دراسته تخصص العلوم السياسية والدراسات الدبلوماسية اكتسب فهمًا قويًا للمفاهيم السياسية الرئيسية، والنظرية السياسية ونظريات العلاقات الدولية، ودراسات الدبلوماسية وقوانينها، بالإضافة إلى الأدوات وأساليب البحث العلمي في هذا التخصص.

يعتبر الكاتب واحدًا من الأصوات المعروفة في الصحافة والكتابة في العالم العربي. يشتهر بمقالات الرأي التي تتناول مجموعة متنوعة من القضايا السياسية والاجتماعية والثقافية.

له مجموعة من المواقف السياسية، وآراءه الشخصية التي تعبر عن توجهاته. ويمكن العثور على مقالاته في عدد كبير من المواقع والصحف العربية المختلفة.

المؤلف له الكثير من المؤلفات في الاقتصاد والسياسة والادب.

المؤلفات:

1- صنع في اليابان (3 أجزاء).

2- صناعة السيارات في اليابان والصين (جزئين).

3- صنع في الصين (جزئين).

4- صناعة السيارات في اليابان.

5- صناعة الأسلحة في اليابان.

6- صناعة السيارات في الصين.

- 7- صناعة الأسلحة في اليابان والصين.
- 8- صناعة الكمبيوتر وخدمات الانترنت في الصين.
- 9- شركات التكنولوجيا في اليابان والصين.
- 10- صناعة الأسلحة في الصين.
- 11- أوراق بحثية متناثرة.
- 12- أغنياء الصين في قائمة فوربس لعام 2021.
- 13- شركات التكنولوجيا في اليابان.
- 14- عندما استيقظت الصين.
- 15- أوراق سياسية متناثرة.
- 16- شركات التكنولوجيا في الصين.
- 17- أوراق شعرية ونثرية.
- 18- تقاليد الشعب الياباني والشعب الصيني - دراسة مقارنة بين تقاليد الشعبين.
- 19- الأحزاب السياسية في الولايات المتحدة الأمريكية.
- 20- إذا عطست أمريكا أصيب العالم بالزكام.
- 21- وثائق بندورا.. وثائق مسربة لزعماء العالم
- 22- ويكيليكس السعودية... خفايا وأسرار السياسة السعودية

- 23- ويكيليكس مصر - خفايا وأسرار السياسة المصرية
- 24- ويكيليكس دول العالم - الجزء الأول
- 25- ويكيليكس دول العالم - الجزء الثاني
- 26- ويكيليكس دول العالم - الجزء الثالث
- 27- ويكيليكس دول العالم - الجزء الرابع
- 28- ويكيليكس دول العالم.. الجزء الخامس
- 29- ويكيليكس دول العالم.. الجزء السادس
- 30- رحلة عبد الله الثاني كملك.. الجانب الآخر من تناقضاته
- 31- صنع في تركيا.. الدليل التجاري لأبرز الصناعات التركية (5 أجزاء)
- 32- الصناعات الدفاعية التركية
- 33- الصواريخ والذخائر التركية ومنظوماتهما
- 34- الطائرات المسيرة التركية
- 35- المركبات القتالية التركية
- 36 - صادرات الزراعة والمواد الغذائية التركية
- 37 - المنصات الالكترونية التركية
- 38 - صناعة الملابس في تركيا

- 39 - الأثاث والسجاد التركي
- 40 - رواد الأعمال الأتراك
- 41 - صناعة السيارات والحافلات في تركيا
- 42 - شركات المشروبات الأمريكية واستثماراتها
- 43 - شركات الملابس والأحذية والنظارات الأمريكية
- 44 - صناعة السيارات والمركبات في الولايات المتحدة.
- 45 - صناعة النفط في الولايات المتحدة.
- 46 - خطوط الطيران والشحن الجوي في الولايات المتحدة.
- 47 - صناعة أجهزة الكمبيوتر والالكترونيات في الولايات المتحدة.
- 48 - تجارة التجزئة عبر الإنترنت في الولايات المتحدة.
- 49 - سلسلة المطاعم والمقاهي في الولايات المتحدة
- 50 - شركات الادوية والرعاية الصحية في الولايات المتحدة
- 51 - شركات بيع التجزئة في الولايات المتحدة.
- 52 - شركات الطيران والفضاء الأمريكي.
- 53 - بطاقات الائتمان في الولايات المتحدة.
- 54 - العملات الرقمية في الولايات المتحدة.
- 55 - بطاقات الائتمان والعملات الرقمية في الولايات المتحدة.

- 56 - أبرز المصارف في الولايات المتحدة.
- 57 - أبرز المؤسسات المالية في الولايات المتحدة.
- 58 - أبرز المصارف والمؤسسات المالية في الولايات المتحدة.
- 59 - الصناعة المالية في الولايات المتحدة (جزئين).
- 60 - صناعة الاسلحة في الولايات المتحدة.
- 61 - شركات التكنولوجيا في الولايات المتحدة (3 أجزاء).
- 62 - شركات الغذاء الأمريكية.
- 63 - شركات الاتصالات والشبكات والفضاء الأمريكية.
- 64 - شركات الكهرباء والمياه والطاقة النووية الأمريكية.
- 65 - صنع في أمريكا (13 جزء).
- 66 - صنع في الاردن (5 أجزاء)
- 67 - أبرز الفنادق المصنفة في الاردن
- 68 - البنوك الاردنية ودورها في الاقتصاد الأردني
- 69 - البنوك والشركات التمويلية في الاردن
- 70 - التعليم بالقطاع الخاص الاردني
- 71 - الجامعات الخاصة في الاردن
- 72 - الشركات الاردنية الرائدة في البناء
- 73 - الشركات الأردنية الرائدة في قطاع الدواء
- 74 - الشركات الغذائية في الاردن

- 75 - الصناعة التمويلية في اللردن
- 76 - الصناعة الغذائية في الاردن
- 77 - المستشفيات الخاصة في الاردن
- 78 - خدمات الرعاية الصحية وصناعة الدواء في الاردن
- 79 - شركات الاتصالات ووكالات الهواتف الذكية في الاردن
- 80 - شركات الطيران في الاردن
- 81 - شركات الطيران ووكلاء السياحة والسفر في الاردن
- 82 - شركات الكهرباء في الاردن
- 83 - شركات النفط ومحطات المحروقات في الأردن
- 84 - شركات النقل الجوي والبحري في الاردن
- 85 - صناعة الاسمدة والكيماويات في الاردن
- 86 - قطاع التعدين في الاردن
- 87 - وكلاء الاجهزة الكهربائية في الأردن
- 88 - وكلاء الاجهزة الكهربائية والمطابخ في الأردن
- 89 - وكلاء الاجهزة الكهربائية والهواتف الذكية في الأردن
- 90 - أبرز رواد الأعمال في الأردن
- 91 - صنع في المانيا (4 أجزاء).
- 92 - صناعة الأسلحة في المانيا.
- 93 - شركات السيارات والحافلات الألمانية.

- 94 - الصفات الشخصية للمرأة الأوروبية الغربية.. توصيف وإرشادات وحلول.
- 95 - الصفات الشخصية للمرأة الأوروبية الشرقية.. توصيف وإرشادات وحلول.
- 96 - رحلتي إلى أوروبا.. سياحة وثقافة وانطباعات.
- 97 - ملامح شخصية المرأة الأوروبية الغربية
- 98 - ملامح شخصية المرأة الأوروبية الشرقية
- 99 - ويكيبيديا دول أوروبا.. رحلة معرفية الى ربوع أوروبا
- 100 - موسوعة دول أوروبا... جولة معرفية وثقافية.
- 101 - مشاهداتي وانطباعاتي في مدن وشوارع أوروبا.
- 102 - صنع في فرنسا (6 أجزاء).
- 103 - شركات صناعة السيارات الفرنسية - الجزء الاول
- 104 - شركات صناعة السيارات الفرنسية - الجزء الثاني
- 105 - شركات صناعة المروحيات في فرنسا
- 106 - مجموعة ايرباص
- 107 - صناعة الطيران المدني في فرنسا
- 108 - صناعة الطيران في فرنسا
- 109 - شركات صناعة الدفاع الفرنسية
- 110 - شركات الطائرات العسكرية في فرنسا
- 111 - شركات الطائرات الحربية في فرنسا
- 112 - شركات التجميل والعطور والازياء الفرنسية
- 113 - الصناعات العسكرية البرية في فرنسا
- 114 - الصناعات العسكرية البحرية في فرنسا



115 - صنع في المملكة المتحدة (4 أجزاء).

116 - صناعة السيارات في المملكة المتحدة (جزئين).

117 - نظرة على اقتصاد دول أوروبا.

118 = صنع في إيطاليا (3 أجزاء).

119 - شركات صناعة المركبات في إيطاليا.

120 - شركات صناعة السيارات في إيطاليا.

كذلك لديه ابحاث علمية تختص بالاقتصاد والسياسة في مراكز الأبحاث الاردنية والاقليمية المعتبرة.

# صناعة الموضة في إيطاليا

