

# GUCCI



## دهه‌های پرافتخار گوجی

مارکی که ایده‌های خود را از اسب و سوارکاری گرفت

### دهه ۱۹۲۰

در سال ۱۹۲۱ گوجیو گوجی (Guccio Gucci) شرکت اجناس چرمی و فروشگاه چمدان‌های کوچک را در زادگاه خود، فلورانس افتتاح کرد. سال‌ها کار کردن در هتل ساووی لندن باعث شد تا وی سلیقه‌های اشراف‌زادگان انگلیسی را به خوبی جذب کرده و با کمی تغییر و اصلاح آن را در خلال تولید اجناس منحصر به فرد چرمی توسط زبندگان صنعت و هنر در شهر توسان به کشور ایتالیا معرفی کند.

### دهه ۱۹۳۰

در کمتر از چند سال گوجی به چنان موفقیتی دست پیدا کرد که توانست مشتریان بین‌المللی فراوانی را جذب کند. مشتریانی که به دنبال وسایل و مجموعه‌های الهام گرفته از سوارکاری نظیر کیف، دست‌کش، کفش و کمر بند بودند.

### دهه ۱۹۴۰

به علت روبه‌رو شدن با کاهش مواد استاندارد در سال‌های سخت دیکتاتوری فاشیست در ایتالیا، گوجی دست به اقدامی در جهت خلاقیت و ابتکار زد. به این ترتیب کیف بامبو معرفی شد و تبدیل به یکی از برجسته‌ترین تولیدات اولیه گوجی گردید. این کیف هنوز هم به عنوان یکی از محصولات دلخواه افراد مشهور و ثروتمند در دسترس است.

### دهه ۱۹۵۰

در خلال دهه‌ی ۱۹۵۰ علامت تجاری نوار سبز و قرمز که برگرفته از بند زین اسب بود تبدیل به یک موفقیت بزرگ شد و به عنوان یکی از شناخته‌ترین معرفه‌های گوجی باقی ماند. با افتتاح فروشگاه‌هایی در میلان و نیویورک گوجی تلاش کرد تا به عنوان یکی از سمبل‌های تجمل مدرن، حضوری جهانی داشته باشد. گوجیو گوجی در سال ۱۹۵۳ از دنیا رفت و پسرانش آلدو، اسکو، اوگو و رادولفو کار او را در حیطه گرفته و ادامه دادند.

### دهه ۱۹۶۰

گوجی اقدام به معرفی تولیداتی کرد که به علت دارا بودن برجسته‌ترین اشکال و طرح‌های ماوراء زمان و همیشگی خود همواره مورد احترام بودند. جکی کندی، همیشه از کوله پشتی گوجی که امروز به عنوان (Jackie O) مشهور است استفاده می‌کرد. الیزابت تیلور، پیتر سلر و ساموئل بکت لباس‌های مشهور (Hobo Bag) را به تن می‌کردند. کفش پوست ماری کلاسیک با قطعات برگرفته از افسار اسب به بخشی از کلکسیون دائمی قسمت البسه در موزه‌ی متروپولیتن نیویورک تبدیل شد. سپس گوجی به توسعه‌ی خود در خارج از کشور با افتتاح فروشگاه‌هایی در لندن، پالم بیچ و بورلی هیلز ادامه داد. در اواسط دهه‌ی ۶۰، گوجی لوگوی افسانه‌ای دو G ی به هم قفل شده را به عنوان علامت مارک گوجی پذیرفت.

### دهه ۱۹۷۰

با نظر و پیشنهاد آلدو، گوجی به توسعه‌ی جهانی خود ادامه داد و این بار خاور دور را هدف قرار داد. فروشگاه‌ها در توکیو و هنگ‌کنگ افتتاح شد. شرکت مذکور با انجام تحقیقات مهمی بر روی مواد لوکس تر و طرح‌های مبتکرانه تولیدات خود را از لحاظ تنوع و کمیت افزایش داد و طرح‌های جدید یکی پس از دیگری معرفی می‌شدند.

### دهه ۱۹۸۰

در سال ۱۹۸۲ گوجی تبدیل به شرکتی با سهامی عام شد و رهبری آن به موریزو، پسر رادولفو انتقال یافت. او صاحب ۵۰ درصد از سهام شرکت گوجی بود. در ۱۹۸۴ دومینیکو دسول، ریس گوجی در آمریکا شد. در اواخر دهه‌ی ۸۰ یک شرکت بحرینی با نام اینوست کورپ ۵۰ درصد سهام باقی مانده‌ی متعلق به آلدو و فرزندانش را خریداری کرد.

### دهه ۱۹۹۰

گوجی شهرت جهانی خود را با استفاده از ابتکار درآمیختن سنت و نوآوری رونق تازه‌ای داد. در سال ۱۹۹۴ تام فورد به عنوان مدیر خلاق گوجی منسوب شد و این مارک لوکس را با حس جسارت و هیجان درآمیخت که این حس با استقبال مشاهیر و نخبگان کامل شد. لباس‌های ابریشمی با قطعات کوچک فلزی تبدیل به دیدگاه منحصر به فرد تام فورد شد.

### دهه ۱۹۹۵ گوجی

با ریاست دومینیکو دسول به موفقیت‌های بی‌نظیری دست پیدا کرد و به سرعت در رده‌ی مشهورترین شرکت‌های جهان قرار گرفت. سپس گوجی توسط فدراسیون تجارت اروپا به عنوان شرکت برتر سال ۱۹۹۸ اروپا اقب گرفت. این نام‌گذاری به علت عملکرد مالی و اقتصادی، دیدگاه استراتژیک و کیفیت مدیرانه بود. در سال ۱۹۹۹ گوجی به علت اتحاد با مارک Pinault-Printemps-Redoute از یک شرکت تک مارکی به شرکتی چند مارکی تبدیل شد.

### دهه اول قرن ۲۱

پس از آن‌که در سال ۲۰۰۴ دسول و فورد ترک مسوولیت کردند، مارکلی رییس کل گوجی شد. امروز مسوولیت خلاقیت گوجی به عهده‌ی فریدا جیانین است.