



بهرند

از کوچه‌های رم تا برج‌های دبی

لاجرفیلد را در معرض نمایش گذاشت. موفقیت این مجموعه برق آسا بود و باعث جلب توجه بازار جهانی مد به این نام شد.

سال ۱۹۶۸: در پی گسترش تولیدات فندی، کیف‌های فندی توسط «ماروین تراپ» کشف شد و برای اولین بار چهره‌ی این کیف‌ها در شهر نیویورک ظاهر شد. او صاحب فروشگاه‌های افسانه‌ای «بلمینگ دیلر» بود. در همان سال فندی یک شوی مد را در ژاپن ترتیب داد. آقای «ساکایی» رییس AOI (یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های پخش کننده ی اجناس لوکس در ژاپن) نیز برای تماشا به آنجا آمد. این اتفاق همچنین برای فندی به مانند یک صاعقه بود و باعث نفوذ آن در بازارهای ژاپن شد.

سال ۱۹۸۴: در حالی که لباس‌ها و اجناس چرمی در حال بالا رفتن از پله‌های ترقی بودند، فندی اقدام به تنوع بخشیدن به محصولات خود کرده و تولیدات جدیدی را به فهرست خود افزود. این محصولات جدید نیز به دلیل همان توجه و وسواس نسبت به جزئیات و مد روز بسیار موفق از آب درآمد. اکنون انواع جین، دست‌کش، کروات، عینک، فندک، دستمال گردن و خودکار به همراه تولیدات ثابت، دنیای بزرگ فندی را تشکیل می‌داند.

سال ۱۹۸۵: این سال باز هم سال بسیار مهمی در تاریخچه‌ی فندی بود. سال ۸۵ شصتمین سال شروع کار و بیستمین سال همکاری با لاجر فیلد بود. فندی این سالگرد را با برگزاری نمایشگاهی در موزه‌ی ملی هنرهای مدرن شهر رم جشن گرفت. این نمایشگاه اولین نمایشگاه مد بود که در یک موزه‌ی ملی در کشور ایتالیا برگزار شد. در همین سال فندی اولین عطر زنانه‌ی خود را تولید کرد.

سال ۱۹۸۶: در این سال رییس جمهور ایتالیا لقب «شوالیه‌ی کار» را به پائولو فندی اهدا کرد. این عنوان به فعالیت‌های چهل ساله‌ی او افتخار تازه‌ای بخشید و طبیعتاً روی سایر اعضای خانواده و حتی کارکنان شرکت نیز تاثیر خوبی به جای گذاشت.

سال ۱۹۸۷: از آنجایی که فندی همیشه در پی ایده‌های جدید و نیازهای بازار بود، جای او در یک بازار خالی احساس می‌شد. نسل سوم فندی، اقدام به راه‌اندازی خط تولید جدید به نام «فندیسیم» (Fendissime) برای تولید لباس‌های ورزشی و وسایل جانبی کرد. هدف این خط تولید جوانان و نوجوانان بود. فندیسیم، مستقل از سایر خطوط تولید فندی شروع به رشد و پیشرفت کرد.

سال ۱۹۸۹: عطر مردانه‌ی «فندی اومو» در کنار عطرهای زنانه موفقیت‌ی جهانی کسب کرد. در این سال همچنین فندی فروشگاه‌ی به مساحت ۶۷۰۰ متر را در خیابان پنجم نیویورک افتتاح کرد. برای اولین بار این فروشگاه تمام دنیای فندی را در زیر یک سقف جمع کرده بود.

سال ۱۹۹۰: در این سال تولید لباس‌های مردانه آغاز شد. لباس‌های مردانه‌ای که توسط پنج خواهر طراحی می‌شد!

سال ۱۹۹۲: همراه با رشد بازار، رشد تولیدات فندی نیز به طور طبیعی افزایش پیدا کرد و منجر به تغییراتی در آن شد. تمامی دفاتر، استودیوها، کارگاه ۲۰۰۰ متر مربعی خز، نمایشگاه، انبارها و تجهیزات بسته‌بندی فندی که در سراسر رم پخش شده بود، در یک محیط ۱۳۰۰۰ متر مربعی جمع شد.

سال ۱۹۹۴: این سال نیز سال مهمی برای فندی بود. هم برای اعضای خانواده و هم برای شرکت. خانواده‌ی فندی تغییرات مهمی را در سطح مدیریتی انجام دادند. نسل سوم به عنوان اعضای هیات مدیره انتخاب شدند و کارلا فندی به عنوان رییس هیئت مدیره جایگزین خواهرش، پائولا شد.

سال ۱۹۹۹: فندی ۵۱ درصد سهام خود را در ازای ۸۵۰ میلیون دلار به «پرادا» و «ال.وی.ام.اچ» به صورت مشترک واگذار کرد.

سال ۲۰۰۱: «پاتریزیو برتلی» ۲۵ درصد از سهام پرادا را به علت بدهی، به ال.وی.ام.اچ واگذار کرد. در حال حاضر بیشتر سهام فندی در اختیار ال.وی.ام.اچ است.

سال ۲۰۰۸: شرکت ساختمانی «المزایا» یک قرارداد ۲۵۰ میلیون دلاری را جهت دکوراسیون پروژه‌ی خود به نام «باغ آسمان» با فندی امضا کرد. این پروژه اولین برج مسکونی در خیابان پارک در قلب مرکز بین‌المللی تجاری دبی است.

در سال ۱۹۱۵ «ادواردو» و «آدله فندی» یک فروشگاه کوچک فروش کیف به همراه کارگاه خز دوزی در شهر رم افتتاح کردند. به این صورت داستان فندی با تلفیقی از خلاقیت، ابتکار، هنر و تکنولوژی آغاز شد. پس از جنگ جهانی، پنج خواهر به نام پائولا، آنا، فرانسوا، کارلا و آلدنا نیز وارد کار شدند و به همراه خود ذوق و استعداد جدیدی را به ارمغان آوردند. در سال ۱۹۶۵ نسل جدید فندی آغاز به همکاری با «کارل لاجر فلد» کرد. او را می‌توان یکی از ارکان اصلی موفقیت فندی نامید. این در حالی بود که در شکل‌کته‌های خردار تحولی اساسی پیش آمد و این کته‌های تبدیل به یکی از اصول دنیای مد شد. همین تحول در مورد کیف‌های زنانه نیز رخ داد.

در دهه‌ی ۱۹۸۰ موفقیت فندی ادامه پیدا کرد و به صورت خلاقانه‌ای اقدام به تولید کفش، ساعت، عطر، عینک، کروات، روسری و وسایل خانگی برای مردان و زنان کرد. فندی از سال ۲۰۰۱ عضو گروه LVNH بوده است. تولیدات آن از طریق ۱۶۰ بوتیک مستقل و فروشگاه‌های زنجیره‌ای در سراسر دنیا پخش می‌شود.

سال ۱۹۱۸: بنیان فندی به سال ۱۹۱۸، هنگامی که «آدله کاراگرانده» یک فروشگاه خز و چرم را در مرکز شهر رم افتتاح نمود، بازمی‌گردد.

سال ۱۹۲۵: ادواردو و آدله فندی که به تازگی ازدواج کرده بودند فروشگاه کارگاه اجناس چرم و خز را در مرکز شهر را باز کردند و تصمیم گرفتند که نام آن را به فندی تغییر دهند. این جریان بلافاصله پس از پایان جنگ جهانی بود و بیشتر مردم در حال احیای اوضاع اقتصادی خود بودند. با توجه به این پیش زمینه‌ی تاریخی و اجتماعی و به علت تولید کیف‌های چرمی مرغوب و خزه‌های باکیفیت، این فروشگاه به موفقیت‌های بزرگی دست پیدا کرد.

سال ۱۹۳۲: خانواده‌ی فندی فروشگاه بزرگ دیگری را در منطقه‌ی «ویا ونتو» در شهر رم افتتاح کردند. این منطقه‌ی مسکونی یکی از مهم‌ترین مراکز تجاری آن دوره به حساب می‌آمد. به مثابه‌ی رشد کاری، کارگاه نیز گسترش پیدا کرد و آوازه‌ی نام فندی بیرون از شهر رم نیز بلند شد. در این هنگام نام فندی بر زبان تمامی زنان ایتالیایی زمزمه می‌شد.

سال ۱۹۴۶: نسل دوم خانواده، جذب کار والدین خود شدند. دختر ارشد آنها، پائولا اولین فرزندی بود که در ۱۵ سالگی به شرکت پیوست. چهار خواهر دیگر نیز به محض اینکه از دبیرستان فارغ‌التحصیل شدند به پائولو ملحق شدند. در این زمان کشور ایتالیا مشغول بازسازی ویرانه‌های جنگ بود. این پنج خواهر یعنی پائولا، آنا، فرانسوا، کارلا و آلدنا با ایده‌های بدیع و نوین خود خون تازه‌ای را در فندی جاری ساختند. آنها پیوسته مورد تشویق مادر قرار گرفته و سرسختی و شخصیت او را به عنوان الگویی برای موفقیت در نظر داشتند.

سال ۱۹۶۴: اکنون فندی نامی بسیار مشهور در ایتالیا به حساب می‌آمد. در این سال خانواده، یکی از صدها فروشگاه آینده‌ی فندی را در خیابان «ویابوریوتونا» افتتاح کردند. این خیابان مشهور به خیابان هنرمندان بود. برای سال‌ها این خیابان زیباترین خیابان شهر شناخته می‌شد.

سال ۱۹۶۵: این سال، سال بسیار مهمی برای فندی بود. چراکه همکاری خود را با کارل لاجر فیلد که طراحی جوان و مشهور در پاریس بود، شروع کرد. لاجر فیلد خالق لوگوی معروف فندی (دو F) بود. او به کمک پیشنهاد و ایده‌های خواهران فندی، دنیای طرح‌های خز را متحول کرد و کته‌های سفت و سنگین را تبدیل به کته‌های سبک، نرم و مناسب زنان کرد. همکاری فندی‌ها و کارل لاجر فیلد باعث شد که آنها به دنبال مواد جدیدی برای تولیدات خود باشند و در نتیجه، پائولو شروع به آزمایش تکنیک‌های جدید کرد. خزه‌هایی که به علت تصور کیفیت پایین در مورد آنها تا به حال فراموش شده بودند، دوباره مورد استفاده قرار گرفتند. در پی سعی و تلاش بی‌وقفه امروز فندی مارکی پیشرو در مقایسه با سایرین محسوب می‌شود که با گذشته‌ی پر افتخار خود نگاهی رو به جلو دارد.

سال ۱۹۶۶: تکنیک‌های انقلابی به عنوان شالوده‌ی طراحی‌های جدید، آماده برای ارضای نیازهای مشتریان خود بود. فندی اولین مجموعه‌ی طراحی‌های کارل