

G i a n f r a n c o F e r r e



علاوه بر داشتن دانش طراحی و ساخت، آشنایی با سلیقه مشتری (گروه هدف کیف و کفش ما) هم بسیار مهم است. مسلماً سلیق اقشار مختلف جامعه با هم تفاوت دارد. همانطور که نوع پوشش گروه‌های سنی مختلف با هم تفاوت دارند

بیوگرافی و معرفی یک طراح

جان فرانکو

جان فرانکو فره در ۱۵ اگوست ۱۹۴۴ در لنیانو واقع در شمال ایتالیا متولد شد. در سال ۱۹۶۹ از دانشگاه پلی تکنیک میلان در رشته معماری فارغ التحصیل شد. در همان سال به هند سفر کرد و تقریباً سه سال در آنجا ماند. در این مدت به مطالعه هنرهای دستی هند پرداخت. رنگ‌های تپنده و شاد و همینطور هنرهای دستی این کشور بر او تأثیر فراوانی گذاشتند.

او کار خود را با طراحی لوازم جانبی مصرفی در دنیای مد در سال ۱۹۷۰ شروع کرد. در ابتدا برای گذران زندگی کمربند می‌ساخت، اما پس از مدت کوتاهی در یک کمپانی میلمان شروع به کار کرد. در همان زمان بعنوان سرگرمی برای دوستش زیورالات طراحی می‌کرد و این زیورالات نظر یک بوتیک دار در پورتوفینو را به خود جلب کرد. آنها خیلی تحت تأثیر قرار گرفتند و از او خواستند تا برای والتر البینی زیورالات طراحی کند. البینی یک طراح پوشاک معروف و موفق بود که از ابریشم و پارچه‌های گران قیمت استفاده می‌کرد. از اینجا بود که همکاری او با فیوروچی و لاگرفلد آغاز شد.

از سال ۱۹۷۲ تا ۱۹۷۴ بعنوان طراح کت‌های بارانی کار کرد.

بعد از آنکه از هند بازگشت، در ایتالیا با شخصی به نام فرانکو ماتپولی آشنا شد که مالک یک خانه مد در حال سقوط بود. ماتپولی از او خواست تا برایش لباس طراحی کند و اینچنین شد که در همان سال (۱۹۷۴) او اولین سری لباس‌های زنانه خود با عنوان "بایالا" (Baiala) را به بازار عرضه کرد. بعد از مدتی طراحی برای وی، تصمیم گرفت تا برند خود را ارائه دهد لذا با ماتپولی شریک شد و در سال ۱۹۷۸ اولین سری لباس‌های زنانه برند خود را ارائه داد. در سال ۱۹۸۲ اولین سری لباس‌های مردانه خود را ارائه کرد و در سال ۱۹۸۴ بعنوان طراح مد سال شناخته شد.

در سال ۱۹۸۹ بعنوان مدیر بخش طراحی خانه مد دیور انتخاب شد. در مدتی که با دیور همکاری می‌کرد بصورت همزمان خانه مد ایتالیایی خود را نیز اداره می‌کرد. طراحی‌هایی که برای کمپانی خود انجام می‌داد راحت تر و کاربردی تر از لباس‌هایی بود که برای دیور طراحی می‌کرد. در حدود سال ۱۹۹۶ به همکاری با دیور خاتمه داد. در همین سال لاین لباس‌های جین برند خود را ارائه کرد.

در دوران فعالیتش ۶ بار برنده جایزه تحسین برانگیز L'occhio d'Oro شد. فردی مصمم بود و می‌خواست شرکتش را وارد بازار بورس کند و در همین راستا با مشاوران لایقی مشورت کرد. درآمد این شرکت در سال ۱۹۹۴ بالغ بر ۵۸۹ میلیون دلار بود که نسبت به سال قبل ۱۵ درصد بیشتر بود.

سبک یا استایل: زنانی که لباس‌هایش را به تن می‌کنند را این گونه تصویر می‌کرد: باهوش، بسیار جذاب و پرشور. بر همین اساس اکثر لباس‌هایش دارای رنگ‌های سرزنده و ساده هستند. دقت در جزئیات، استفاده از تافته، چرم و پوست از شاخصه‌های طراحی‌هایش است. او بخاطر استفاده از رنگ‌های شاد، قرمز، سیاه، سفید و طلایی نیز معروف است. گاهی

و فره

کتایون عسلیان

کارشناسی ارشد طراحی صنعتی
فارغ التحصیل از دانشگاه هنر

اوقات هم شوخ طبعی را پیشه می کرد همان گونه که در سری بهار ۲۰۰۰ لباسی از جنس نی ارائه کرد! استفاده از تلفیق مواد نیز بخشی از خصوصیات جالب اوست. مثلا بخاطر روشی که ابریشم سفید، کتان و ارگانزا را برش می دهد و به شکل های مختلف در می آورد و کنار هم سوار می کند مورد تحسین همگان قرار دارد. او حتی از بند کفش های به هم گره زده، یقه ها و آستین های مهره دوزی شده آستین های گشاد که هنگام حرکت دست گویی که پرواز می کنند نیز بصورت خلاقانه ای استفاده می کند. مورد توجه ترین لباس او بلوزهای سفیدش هستند و گاها او را پادشاه بلوزهای سفید می نامند.

او به طراحی مد همانگونه نگاه می کرد که به طراحی ساختمان یعنی با تاکید زیاد به ساختار، فرم و تعادل. بعضی ها او را در مقام مقایسه با فرانک لویید رایت که در معماری ایجاز کرد در دنیای مد مقایسه و تمجید می کنند. در اکادمی مد دوموس میلان درس می داد و بسیار مسافرت می کرد.

تولیدات: تولید کلیه محصولات بر عهده یک تولیدی قرار نداشت بلکه بخاطر تنوع محصولات، این مسئولیت را با قرار دادهایی که با افراد یا تولید کنندگان دیگر می بست تقسیم می کرد. البته واحدهای طراحی زیر نظر خود او کار می کردند. در حال حاضر از پوشاک زنانه و مردانه گرفته تا کیف و کفش و چمدان، عطر و مبلمان و... را به مشتریان خود عرضه می کند.

صادرات: اینطور گفته می شود که ۷۰ درصد از درآمد شرکت از صادرات تامین می شود به گونه ای که برای بعضی از کشورها خطوط تولید جداگانه ای اختصاص داده است.

توزیع مغازه ها: (در سال ۱۹۴۴) در دنیا محصولات خود را در ۱۷ مغازه بصورت اختصاصی توزیع می کرد. در کل، تقریبا ۲۵۰ فروشگاه محصولاتش را به فروش می رسانند. جان فرانکو فره، معمار دنیای مد در سال ۲۰۰۷ بر اثر خونریزی مغزی در گذشت.

اما از این زندگی نامه چه درسی می توان گرفت؟ در محصولی مثل کفش اگر بخواهیم که با هزینه معقول کار کنیم خیلی کم می توان بر روی کلیات مانور داد برای همین دقت در طراحی جزئیات است که می تواند شاهکاری بیافریند. مطلب مهم دیگر که از بخش سبک یا استایل می توان نتیجه گرفت این است که علاوه بر داشتن دانش طراحی و ساخت، آشنایی با سلیقه مشتری (گروه هدف کیف و کفش ما) هم بسیار مهم است. مسلما سلاقی اقبال مختلف جامعه با هم تفاوت دارد. همانطور که نوع پوشش گروه های سنی مختلف با هم تفاوت دارند، نیاز یک نوجوان نیز با نیاز فردی ۵۰ ساله متفاوت است. باید به صادرات نیز فکر کرد. باید کشورهایی را که از نظر سلیقه به کشور مان نزدیک هستند را پیدا کنیم و با یک تیم بازاریابی جایی برای محصولات خود در این کشورها باز کنیم.

متناسب با گروه هدف خود محصولاتمان را در بین مغازه ها و در استانهای مختلف توزیع کنیم. یک کفش گرانیقیمت در منطقه ای که مردم آن دارای درآمد بالا نیستند به فروش نخواهد رسید و برعکس.



G
i
a
n
f
r
a
n
c
o

F
e
r
r
e

درست زمانی که مدیر عامل احساس کند به اوج قله زندگی کاری خود رسیده و به جذاب ترین هدف زندگی حرفه ای خود دست یافته؛ تازه می فهمد این شغل بسیار متفاوت و پیچیده تر از آن است که تصور می کرده است.

