

رئيس مجموعة «زجنا»: الإمارات سوق رئيسية للعلامة الإيطالية



«دبي: الخليج»

قال غيلدو زجنا، الرئيس التنفيذي لمجموعة «زجنا» إن الإمارات لطالما كانت سوقاً رئيسية لشركة «زجنا» منذ سنوات، واستمرت أهميتها في النمو حتى اليوم، حيث إن العملاء المحليين يقدّرون تراث العلامة وحرفيتها العالية التي تميزها عن غيرها.

وتم افتتاح متجر العلامة الرئيسي في دبي مول عام 2008 كامتياز تجاري، وتتواجد العلامة في دولة الإمارات مع متاجر أحادية العلامات التجارية في جميع مراكز التسوق الفاخرة الرئيسية بينما تتطلع العلامة إلى مزيد من التوسع والتطور في المنطقة لا سيما السعودية والكويت.

وقامت «زجنا» مؤخراً بالتعاون مع شركة مازيراتي الشهيرة بهدف مرافقة ضيوف إكسبو 2020 دبي في رحلة نحو مستقبل أكثر استدامة والاستمتاع بتفرد التصميم الإيطالي الأصيل. لذلك، نظمت العلامة متجراً مؤقتاً في دبي مول

ليكون بمثابة فرصة للجميع بأن يخوضوا تجربة إيطالية فريدة من نوعها مع التعرف على أبرز التقنيات المبتكرة التي MC20. أطلقتها شركة مازيراتي من خلال سيارتها الجديدة

منذ 120 عاماً

تعود جذور «زجنا»، علامة الملابس الرجالية، إلى مصنع الصوف المتواضع الذي بدأه الجد المؤسس عام 1910، وما زالت هذه الشركة العائلية تشكل الأساس الذي نشأت عنه المجموعة العالمية التي يضيء اسمها بين أفخم وأرقى العلامات التجارية العالمية. تقوم مجموعة «زجنا» في جوهرها على ركائز أساسية: التراث والتميز والاستدامة. بدأت «زجنا» قبل 112 عاماً كمصنع صوف في تريفيرو في إيطاليا، وهي اليوم مجموعة عالمية فاخرة تضم علامة «زجنا» التجارية، علامة «توم براون»، التي تم الاستحواذ عليها في 2018، إضافة إلى مختبر صنع نسيج فاخر إيطالي أصيل وفريد من نوعه، والذي ينتج بعضاً من أفضل الأقمشة والمنسوجات في العالم باستخدام الحرف الإيطالية المشهورة عالمياً. في ديسمبر 2021، حققت «زجنا» إنجازاً مميزاً آخر، وذلك عندما أصبحت المجموعة شركة مدرجة ومصنفة لدى بورصة نيويورك للأوراق المالية. وعلى الرغم من كل التغييرات التي طرأت على طول السنين، فإن جوهر العلامة لا يزال يحافظ على هويتها كشركة عائلية قائمة على معتقدات الجد المؤسس التي تقوم على فكرة أن أفضل الملابس لا يمكن أن تأتي إلا من أفضل الموارد الطبيعية، وأنه يجب على الشركات الأخذ بعين الاعتبار الاهتمام بالبيئة والمجتمع المحلي والدولي.

وقال غيلدو زجنا، الرئيس التنفيذي لمجموعة «زجنا»: «تعد النجاحات التي حققتها العلامة على مر السنين مدعاة للفخر، ومع ذلك ما زالت تسعى إلى مزيد من التطور والتوسع للمحافظة على المكانة الرائدة والفريدة التي حصدها زجنا. ويعد التصنيف الذي حصلت عليه العلامة في بورصة نيويورك مثلاً آخر لجهودها المتلاحقة للتطور والنمو المستمر. لقد ساهم هذا التصنيف في دعم رأس المال الذي سيتم استعماله في تعزيز جهود التوسع التي تقوم بها العلامة. وإذا تحدثنا على مستوى أعلى، فإن لدينا ثلاثة مجالات رئيسية نركز عليها لمزيد من التطور والتوسع عالمياً: أولاً، التركيز بشكل كامل ومكثف على بناء سمعة قوية ومتناغمة للعلامة التجارية من خلال إعادة تجميع كافة العلامات التجارية الفرعية تحت اسم واحد هو زجنا؛ ثانياً، تعزيز منصة المنسوجات الإيطالية الأصلية لتوفير أفضل المواد الخام في العالم لزجنا وغيرها من العلامات التجارية الفاخرة؛ وثالثاً، الاستمرار في تلبية الاحتياجات المتغيرة للعملاء وجذب «عملاء جدد أصغر سناً من خلال بناء الشراكات المختلفة وبناء الاستراتيجيات الرقمية المبتكرة».

الأقمشة الفاخرة

أدرك مؤسس زجنا أن الأقمشة الفاخرة والجميلة التي أنتجها مصنعه كانت انعكاساً لهدف أكبر للمجموعة، لذا كان دائماً ملتزماً بالمسؤولية تجاه البيئة المحلية والمناظر الطبيعية