



COMPANY PROFILE

INDEX

CHI SIAMO
ABOUT US
page 1

STORIA
OUR STORY
page 2

DESIGN
page 3

LOGISTICA E DISTRIBUZIONE
LOGISTICS AND DISTRIBUTION
page 4

MARKETING E COMUNICAZIONE
MARKETING AND COMMUNICATION
page 5

FIERE
TRADE SHOW
page 6

SHOOTING
PRESS SHOTS
page 7-8

SOCIAL
SOCIAL
page 9-10

MARCHI E LICENZE
BRANDS AND LICENSES
page 11

KEH-NOO
page 12

THE GUMMY
page 13

U.S. GOLF CLUB
page 14

RECYCLE
page 15

ONYX
page 16

NOW
page 17

BULLS
page 18

FREDDY
page 19

PIQUADRO
page 20

PROJECT 2050
page 21

SWEET YEARS
page 22

CHI
SIAMO

ABOUT US



Fly è un gruppo italiano che opera nel settore delle calzature per uomo, donna, bambino a livello internazionale.

Fly is an Italian group operating internationally in the footwear sector for men, women and kids.

I NUMERI
DI FLY

FLY NUMBER CRUNCHING

4

BRAND IN LICENZA COMMERCIALIZZATI
LICENSED BRANDS MARKETED

7

BRAND DI PROPRIETA' DI FLY
FLY OWNED BRANDS

20

PAESI RAGGIUNTI DALLA DISTRIBUZIONE
COUNTRIES REACHED BY DISTRIBUTION

40

AGENTI IN ITALIA E ALL'ESTERO
AGENTS IN ITALY AND ABROAD

24

ORE PER L'EVAZIONE DI UN ORDINE IN ITALIA
HOURS TO PROCESS AN ORDER IN ITALY

48

ORE PER L'EVAZIONE DI UN ORDINE IN ITALIA
HOURS TO PROCESS AN ORDER IN ITALY



FLY, PRIMA DI FLY

FLY NASCE NEL 2005 DALL'IDEA DI QUATTRO SOCI CON UN SOLIDO KNOW-HOW NEL MONDO DELLA CALZATURA. TUTTO INIZIA CON L' AQUISIZIONE DI UNA LICENZA LEGATA AL MONDO DELLE SERIE ANIMATE: FLY SVILUPPA UNA COLLEZIONE DI CALZATURE PER BAMBINE, COLORATA E DIVERTENTE, CHE VA A RUBA IN TUTTA ITALIA. DA QUI L'INTUIZIONE DI SVILUPPARE ALTRE COLLEZIONI PRENDENDO IN LICENZA I PRINCIPALI BRAND LEGATI AL MONDO DELL'INFANZIA.

NEGLI ANNI SEGUENTI, IL GRUPPO ACQUISISCE LA LICENZA DI ALCUNI BRAND DELLA MODA COME BEVERLY HILLS POLO CLUB, MISS SIXTY, SWEET YEARS, ACQUISTA U.S. GOLF CLUB E L'ICONA DEGLI ANNI NOVANTA ONYX.

LA PROPOSTA SI AMPLIA E ACCANTO ALLE SCARPE PER BAMBINI E BAMBINE VENGONO DISEGNATE E COMMERCIALIZZATE ANCHE CALZATURE DA UOMO E DONNA DALLO STILE GIOVANE E SPORTIVO. FLY SI SPECIALIZZA INOLTRE NELLA REALIZZAZIONE DI PROGETTI PERSONALIZZATI PER I PRIVATE LABEL.

NEL 2015 L'AZIENDA FESTEGGIA I PRIMI DIECI ANNI AMPLIANDO LA PROPRIA PRESENZA SUL MERCATO: LE CALZATURE DISEGNATE E COMMERCIALIZZATE DA FLY SUPERANO I CONFINI DELL'EUROPA.

OGGI FLY È UNA REALTÀ SOLIDA, RICONOSCIUTA, IN PIENA ESPANSIONE CON SEDE DI PROGETTAZIONE A MONTEBELLUNA E COMMERCIALE A SILEA, ENTRAMBE IN PROVINCIA DI TREVISO.

FLY, BEFORE FLY

FLY WAS FOUNDED IN 2005 BY FOUR PARTNERS WITH WELL-ESTABLISHED KNOW-HOW IN THE FOOTWEAR TRADE. IT ALL BEGAN WITH THE PURCHASE OF A LICENSE LINKED TO A TV CARTOON SERIES: FLY DEVELOPED A COLOURED, AMUSING FOOTWEAR COLLECTION FOR LITTLE GIRLS, WHICH WAS A GREAT SUCCESS IN ITALY.

THE ENCOURAGED THE PARTNERS TO DEVELOP OTHER COLLECTIONS, ACQUIRING LICENSE AGREEMENTS FOR THE MAIN BRANDS ASSOCIATED WITH PRODUCTS FOR YOUNGSTERS. OVER THE FOLLOWING YEARS, THE GROUP ACQUIRED LICENSE AGREEMENTS FOR SOME FASHION BRANDS, SUCH AS BEVERLY HILLS POLO CLUB, MISS SIXTY, SWEET YEARS, AND PURCHASED LICENSES FOR U.S. GOLF CLUB AND THE NINETIES ICON, ONYX. FLY ALSO SPECIALISES IN CUSTOMISED PRIVATE LABELS PROJECTS.

THE COMPANY CELEBRATED ITS FIRST TEN YEARS IN 2015 BY EXTENDING ITS PRESENCE ON THE MARKET: FOOTWEAR DESIGNED AND MARKETED BY FLY WENT BEYOND EUROPEAN BORDERS. NOWADAYS FLY IS A WELL-KNOWN ENTERPRISE, STILL EXPANDING WITH ITS MONTEBELLUNA DESIGN CENTRE AND SILEA MARKETING UNIT, BOTH IN THE PROVINCE OF TREVISO.

DESIGN

DESIGN

TRA RICERCA E CRATIVITA'

LO STUDIO DI PROGETTAZIONE DOVE NASCONO TUTTE LE CALZATURE COMMERCIALIZZATE DA FLY HA SEDE A MONTEBELLUNA, STORICA CULLA DELLA CALZATURA SPORTIVA MADE IN ITALY.

E' QUI CHE I DESIGNER DI FLY PROGETTANO TUTTI I TIPI DI CALZATURE: SNEAKERS, STIVALI E SCARPONCINI, CALZATURE OUTDOOR, CIABATTE E SANDALI, SCARPE CON IL TACCO - PER UOMO, DONNA E BAMBINO.

UNA TRASVERSALITA' DI STILI E TIPOLOGIE CHE HA DETERMINATO IL SUCCESSO DI FLY, CUI I CLIENTI RICONOSCONO LA CAPACITA' DI RISPONDERE A QUALSIASI RICHIESTA CON COERENZA AL BRAND E IN LINEA CON LE ULTIME TENDENZE DELLA MODA E DEL MERCATO DI RIFERIMENTO.

FLY HA INIZIATO INOLTRE A PROGETTARE CALZATURE CON MATERIALI 100% RICICLATI. TUTTI I PRODOTTI SONO TESTATI DA AGENZIE INTERNAZIONALI PER LA GARANZIA DI SICUREZZA A RIVENDITORI E CONSUMATORI.

A COMBINATION RESEARCH AND CREATIVENESS

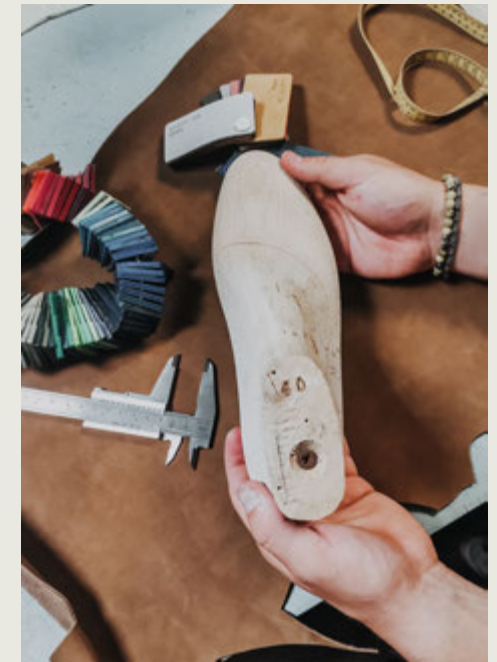
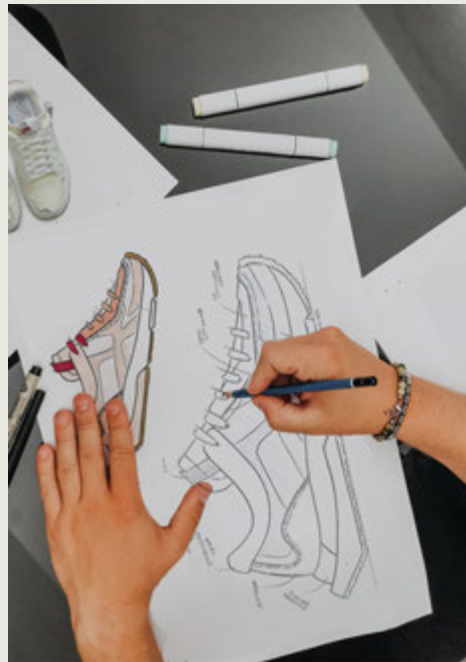
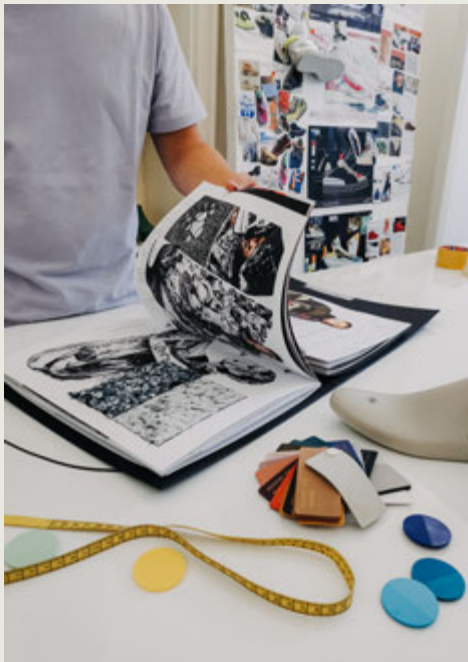
THE DESIGN STUDIO FOR ALL FLY FOOTWEAR IS SITUATED IN MONTEBELLUNA, THE HISTORIC BIRTHPLACE OF SPORTS FOOTWEAR MADE IN ITALY.

HERE FLY'S DESIGNERS PROJECT ALL TYPES OF FOOTWEAR: SNEAKERS, BOOTS AND WALKING SHOES, OUTDOOR SHOES, MULES, SANDALS AND HIGH HEELS - FOR MEN, WOMEN AND KIDS. THIS CROSS SECTION OF STYLES AND TYPES IT WHAT HAS LED FLY TO ITS SUCCESS.

THE CLIENTELE ACKNOWLEDGES ITS BRAND COHERENCE AND ABILITY TO MEET ANY DEMAND WITH PRODUCTS IN LINE WITH THE LATEST FASHION TRENDS AND MARKET REQUIREMENTS.

FLY HAS ALSO STARTED DESIGNING FOOTWEAR WITH 100% RECYCLABLE MATERIALS.

ALL THESE PRODUCTS ARE TESTED BY INTERNATIONAL AGENCIES TO GUARANTEE TOTAL SAFETY FOR DEALERS AND CONSUMERS.



LOGISTICA E DISTRIBUZIONE

LOGISTICS AND DISTRIBUTION

IN ITALIA, IN EUROPA E NEL MONDO

UN EFFICIENTE SISTEMA DI LOGISTICA E PARTNER COMMERCIALI SOLIDI HANNO PERMESSO A FLY DI RAGGIUNGERE UN NUMERO SEMPRE MAGGIORE DI CLIENTI, SUPERANDO PRIMA I CONFINI NAZIONALI E POI QUELLI EUROPEI. GIÀ' PRESENTE IN EUROPA E IN RUSSIA, FLY HA RECENTEMENTE COMINCIATO LA SUA ESPANSIONE VERSO I PAESI DEL MEDIO ORIENTE ED ESTREMO ORIENTE.

I PRODOTTI DESTINATI AL MERCATO EUROPEO ARRIVANO NEL PORTO DI TRIESTE, QUINDI SONO DISLOCATI NELLA LOGISTICA DI TREVISO, DA DOVE PARTONO PER LE DESTINAZIONI ITALIANE, RAGGIUNTE ENTRO 24 ORE, ED EUROPEE IN 48 ORE.

NEI PAESI NON EUROPEI LA MERCE ARRIVA A DESTINAZIONE DIRETTAMENTE DAI SITI PRODUTTIVI. I PARTNER COMMERCIALI SONO DIFFERENZIATI FRA NEGOZI AL DETTAGLIO, GRANDI SUPERFICI SPECIALIZZATE E GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA (GDO), IN BASE ALLA TIPOLOGIA DI PRODOTTO.

DISTRIBUZIONE
RETAIL CLASSICO
GDO, GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA
GS, GRANDI SUPERFICI SPECIALIZZATE



FLY

IN ITALY, EUROPE AND THE WORLD

AN EFFICIENT SYSTEM OF LOGISTICS AND SOUND SALES PARTNERS HAS GIVEN FLY TO OPPORTUNITY TO REACH AN INCREASING NUMBER OF CUSTOMERS, FIRST CROSSING BORDERS AND THEN EUROPEAN ONES. ALREADY IN EUROPE AND IN RUSSIA, FLY HAS RECENTLY STARTED TO EXTEND INTO MIDDLE EAST AND FAR EAST COUNTRIES.

PRODUCTS FOR THE EUROPEAN MARKET ARRIVE AT THE PORT OF TRIESTE, THEN ARE THEN SENT TO THE TREVISO LOGISTIC CENTRE, WHERE THEY DEPART FOR ITALIAN DESTINATIONS, ARRIVING IN 24 HOURS, AND FOR THE REST OF EUROPE, WHERE THEY ARE DELIVERED WITHIN 48 HOURS.

GOODS FOR NON-EUROPEAN COUNTRIES, ARE DELIVERED DIRECTLY FOR OUR PRODUCTION FACILITIES. OUR SALES PARTNERS ARE DIFFERENTIATED INTO RETAIL OUTLETS, LARGE SPECIALIST STORES AND MASS MARKET RETAILERS, ACCORDING TO THE TYPE OF PRODUCT.

DISTRIBUTION
CLASSIC RETAIL
MASS MARKET RETAILERS (MMR)
LARGE SPECIALIST STORES



COMPANY PROFILE

MARKETING E COMUNICAZIONE

MARKETING AND COMUNICATION

VISIBILITA' ED EFFICACIA PER TUTTI I BRAND

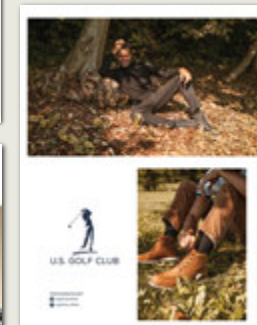
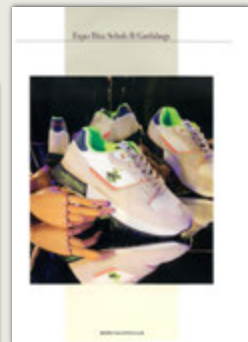
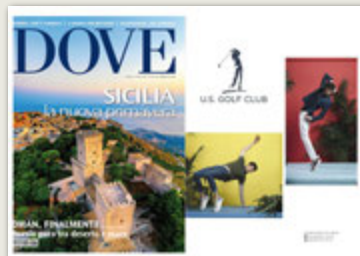
FLY SI OCCUPA DI RENDERE VISIBILI E RICONOSCIBILI I SUOI BRAND ATTRAVERSO STRATEGIE DI MARKETING E COMUNICAZIONE PENSATE AD HOC SULLA BASE DEL POSIZIONAMENTO DI MARCA, DEI DESTINATARI DEL PRODOTTO E DEL MEZZO DI COMUNICAZIONE SCELTO. COORDINA LA REALIZZAZIONE DI CAMPAGNE STAMPA, PIANIFICA SPOT TELEVISIVI E GESTISCE LE PAGINE SOCIAL DEI BRAND, AFFIDANDOSI DEL PERSONALE INTERNO O AD AGENZIE DI COMUNICAZIONE ESTERNE. SI OCCUPA INOLTRE DI PACKAGING E DELLE SOLUZIONI CARTOTECNICHE PER L'ESPOSIZIONE DEL PRODOTTO IN NEGOZIO. FLY E' PRESENTE NELLE PRINCIPALI PIATTAFORME DEDICATE AL B2B E PARTECIPA REGOLARMENTE ALLE PIU' IMPORTANTI FIERE DI SETTORE ITALIANE E INTERNAZIONALI (COME PITTI, EXPO RIVA SCHUH, MICAM MILANO).

VISIBILITY AND EFFECTIVENESS FOR ALL OUR BRANDS

FLY MAKES ITS BRANDS VISIBLE AND RECOGNISABLE THROUGH MARKETING AND COMMUNICATIONS STRATEGIES CREATED AD HOC, BASED ON THE BRAND'S POSITIONING, CONSUMER TARGET AND CHOSEN MEANS OF COMMUNICATION. IT COORDINATES PRESS CAMPAIGNS, PLANS TV SPOTS AND RUNS THE BRAND'S SOCIAL MEDIA, EITHER IN-HOUSE WITH QUALIFIED PERSONNEL, OR OUTSOURCING TO SPECIALIST AGENCIES. IT ALSO DEALS WITH PACKAGING AND CARDBOARD DISPLAY UNITS FOR IN-STORE PRODUCT EXPOSURE. FLY IS ON THE MAIN PLATFORMS DEDICATED TO B2B AND TAKES PART REGULARLY IN THE MOST IMPORTANT ITALIAN AND INTERNATIONAL TRADE FAIRS (E.G. PITTI, EXPO RIVA SCHUH, MICAM MILAN).

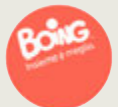
STAMPA

PRESS



SPOT TV

TV SPOTS



MEDIASET



FLY



COMPANY PROFILE

FIERE

TRADE SHOW



PITTI GENNAIO 2024



SEOUL GENNAIO 2024



EXPO RIVA SCHUH GENNAIO 2024



PREMIUM BERLINO LUGLIO 2023

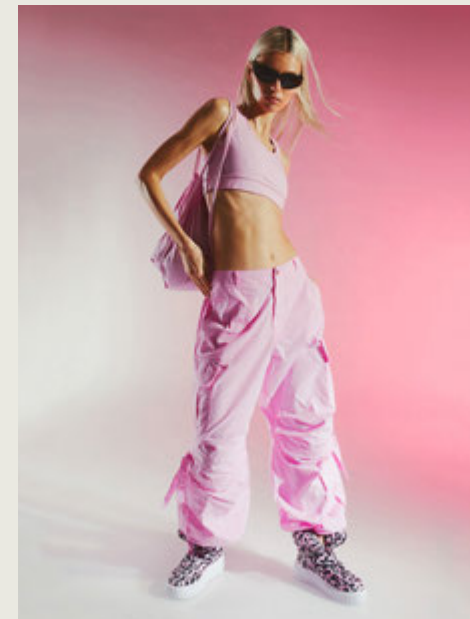
SHOOTING

PRESS SHOTS



SHOOTING

PRESS SHOTS



SOCIAL

SOCIAL



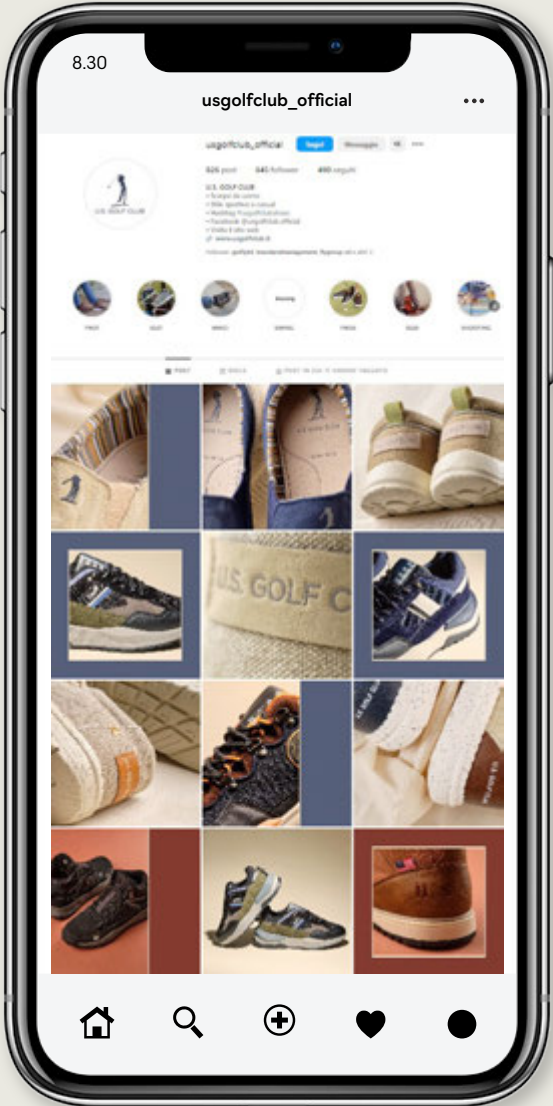
FLY



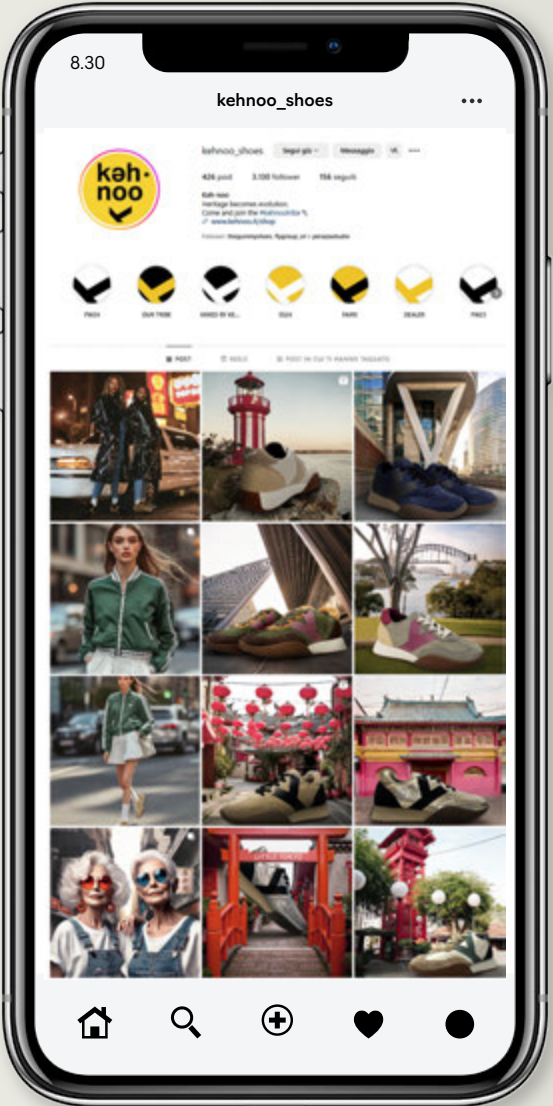
COMPANY PROFILE

SOCIAL

SOCIAL



FLY



COMPANY PROFILE

10

MARCHI E LICENZE

BRANDS AND BRAND LICENSING

A OGNI MARCHIO IL SUO STILE

FLY GESTISCE DODICI MARCHI, SETTE DI PROPRIETÀ (KEH-NOO, THEGUMMY, U.S. GOLF CLUB, RECYCLE, ONYX, NOW E BULLS) E CINQUE IN LICENZA (PIQUADRO, PROJECT 2050, FREDDY, SWEET YEARS), SCELTI PER IL LORO APPEAL INTERNAZIONALE.

PIÙ DI QUINDICI ANNI DI ESPERIENZA NEL SETTORE DEL LICENSING FANNO DI FLY UN PARTNER PER QUALSIASI BRAND DESIDERI INCREMENTARE IL VOLUME D'AFFARI APRENDOSI ALL'AMBITO DELLE CALZATURE.

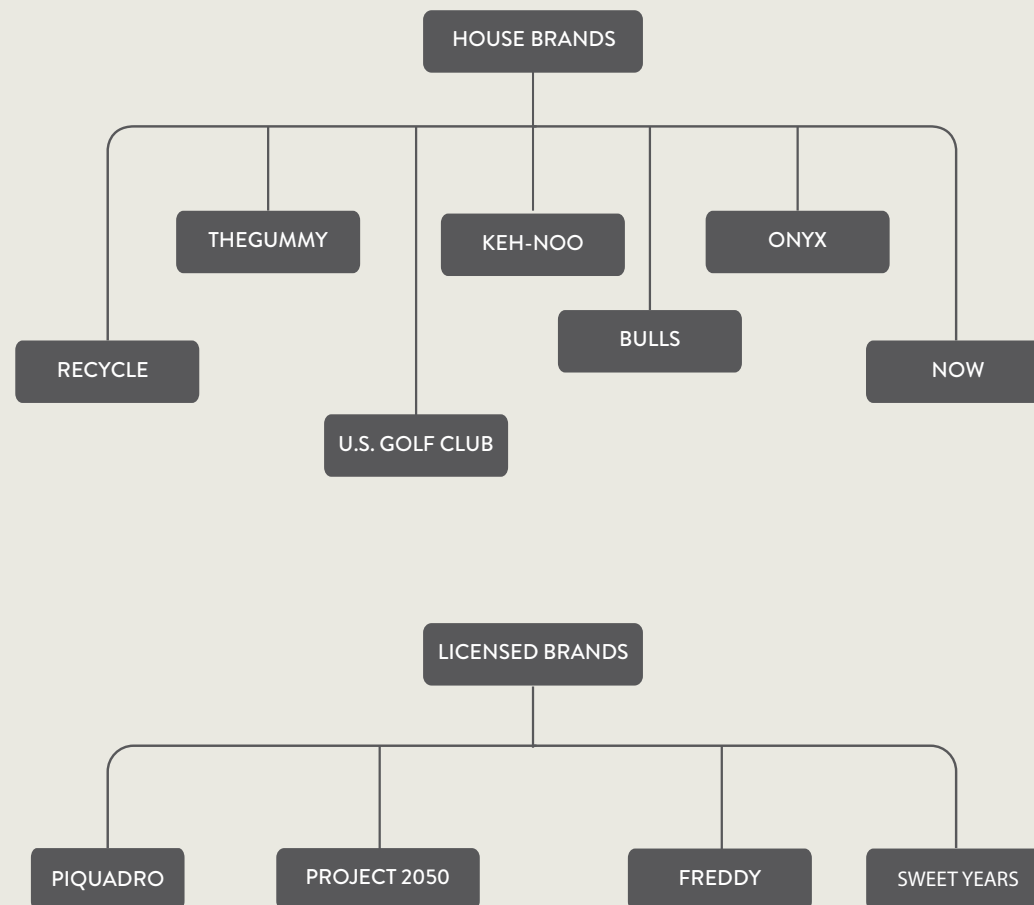
ALLO STESSO MODO, PER I SETTE MARCHI DI PROPRIETÀ È ATTIVO UN PROGRAMMA DI BRAND LICENSING PER LO SVILUPPO E LA COMMERCIALIZZAZIONE DI TUTTE LE CATEGORIE MERCEOLOGICHE.

TO EACH BRAND ITS OWN STYLE

FLY RUNS TWELVE BRANDS, SEVEN SELF-OWNED (KEH-NOO, THEGUMMY, U.S. GOLF CLUB, RECYCLE, ONYX, NOW AND BULLS) AND FIVE LICENSED (PIQUADRO, PROJECT 2050, FREDDY AND SWEET YEARS), CHOSEN FOR THEIR INTERNATIONAL APPEAL.

OVER FIFTEEN YEARS' EXPERIENCE IN THE LICENSE TRADE MAKE FLY AN IDEAL PARTNER FOR ANY BRAND LOOKING TO INCREASE ITS TURNOVER BY GOING INTO FOOTWEAR.

LIKEWISE, FOR OUR SEVEN PROPRIETARY BRANDS WE HAVE AN ACTIVE BRAND LICENSING PROGRAMME FOR THE DEVELOPMENT AND MARKETING OF ALL OUR PRODUCT CATEGORIES.



HOUSE BRANDS



FLY

keh.
noo



www.kehnoo.it

KEH-NOO: DAL PASSATO AL FUTURO, DOVE L'EREDITÀ DIVENTA EVOLUZIONE. DUE MONDI CHE SI INCONTRANO, UNA CONNESSIONE TRA ARCHIVI VINTAGE E TENDENZE CONTEMPORANEE. E' LA VERSIONE POST HERITAGE DI UNA SCARPA DA ATLETICA DEGLI ANNI '70, UNITA ALLE CARATTERISTICHE TECNICHE NECESSARIE PER LA LIBERTÀ DI MOVIMENTO DEL 21° SECOLO. IL NOME KEH-NOO ISPIRATO DAL DESIDERIO DI ESPLORARE, E' LA FONETICA DELLA PAROLA CANOA.

KEH-NOO: FROM PAST TO FUTURE, WHERE HERITAGE BECOMES EVOLUTION. TWO WORLDS COMING TOGETHER, A CONNECTION BETWEEN VINTAGE ARCHIVES AND CONTEMPORARY TRENDS. IS THE POST HERITAGE VERSION OF A 1970S ATHLETIC SHOE, COMBINED WITH THE TECHNICAL FEATURES NEEDED FOR 21ST CENTURY FREEDOM OF MOVEMENT. THE NAME KEH-NOO INSPIRED BY THE DESIRE TO EXPLORE, IS THE PHONETIC OF THE WORD CANOE.



COMPANY PROFILE



THEGUMMY

www.thegummyshoes.com

THEGUMMY E' UN BRAND ITALIANO CON UNO STILE UNICO, UN HIGH STREETSHOES LEVEL BRAND ISPIRATO DALLE METROPOLI URBANE. THEGUMMY E' LA COMBINAZIONE PERFETTA DI FORMA E FUNZIONALITA': OFFRE UNA CALZATA COMODA, CALDA E UN'AMORTIZZAZIONE PER UN COMFORT CHE DURA TUTTO IL GIORNO GRAZIE ALLA LEGGEREZZA DELLA SUOLA. CON UN'AMPIA GAMMA DI COLORI OFFRE LA SCARPA ADATTA PER OGNI OCCASIONE. TOMAIA REALIZZATA IN NYLON IDROREPELLENTE, MADE IN ITALY, CALDA FODERA IN ECO-PELLICCIA, COULISSE REGOLABILE E UN GRINTOSO PLATFORM CON FONDO ANTISCIVOLO: RISULTANO UN PERFETTO MIX DI COMFORT E STILE. CHE STIATE CERCANDO UNA SCARPA PER L'UFFICIO, O PER UNA PASSEGGIATA NEL CENTRO CITTA' SOTTO LA PIOGGIA, THEGUMMY SHOES SARA' LA SCELTA GIUSTA. THEGUMMY BE THE CHANGE!

THEGUMMY IS AN ITALIAN BRAND WITH A UNIQUE STYLE, A HIGH STREETSHOES LEVEL BRAND INSPIRED BY THE URBAN METROPOLIS. THEGUMMY IS THE PERFECT COMBINATION OF FORM AND FUNCTION: IT OFFERS A SNUG, WARM FIT AND SUPERIOR CUSHIONING FOR ALL-DAY COMFORT THANKS TO THE LIGHTWEIGHT SOLE. WITH A WIDE RANGE OF COLORS, THEGUMMY OFFERS THE RIGHT SHOE FOR EVERY OCCASION. UPPER MADE OF MADE-IN-ITALY WATER-REPELLENT NYLON, WARM ECO-FUR LINING, ADJUSTABLE DRAWSTRING AND A GRITTY PLATFORM WITH NON-SLIP BOTTOM: THEY RESULT IN A PERFECT MIX OF COMFORT AND STYLE. WHETHER YOU ARE LOOKING FOR A SHOE FOR THE OFFICE, OR FOR A WALK IN THE CITY CENTRE UNDER THE RAIN, THEGUMMY SHOES WILL BE THE RIGHT CHOICE. THEGUMMY BE THE CHANGE!



HOUSE BRANDS



FLY



U.S. GOLF CLUB

www.usgolfclub.it

U.S. GOLF CLUB È UN BRAND SPORTY-CHIC ISPIRATO AL MONDO DEL GOLF. NELLE SUE COLLEZIONI SI FONDONO PRATICITÀ E BUONGUSTO, INFORMALITÀ E ATTENZIONE ALLE ULTIME TENDENZE, PER UN'ELEGANZA CASUAL MAI SCONTATA. LANCIATO COME BRAND DI CALZATURE, SI PRESTA A ESSERE REINTERPRETATO ANCHE IN COLLEZIONI DI ABBIGLIAMENTO E ACCESSORI CHE SI RIVOLGONO A GIOVANI INTRAPRENDENTI, PRONTI A COLPIRE E CENTRARE GLI OBIETTIVI.

U.S. GOLF CLUB IS A SPORTY-CHIC BRAND INSPIRED BY THE GAME OF GOLF. ITS COLLECTIONS COMBINE PRACTICALITY AND GOOD TASTE, CASUALNESS AND ATTENTION TO THE LATEST TRENDS, FOR INFORMAL ELEGANCE THAT'S NEVER TAKEN FOR GRANTED. LAUNCHED AS A FOOTWEAR BRAND, IT IS RE-INTERPRETED IN COLLECTIONS OF APPAREL AND ACCESSORIES STYLED FOR ENTERPRISING YOUNG PEOPLE, READY TO STRIKE THAT HOLE IN ONE.



COMPANY PROFILE

HOUSE BRANDS



FLY

RECYCLE

www.loverecycleshoes.com

RECYCLE E' UN PROGETTO CHE UNISCE RESPONSABILITA' AMBIENTALE E DESIGN. SI TRATTA DI UNA CALZATURA SVILUPPATA INTERAMENTE NEGLI UFFICI DI PROGETTAZIONE FLY: LA TOMAIA E' REALIZZATA CON TESSUTI 3D DERIVATI DAL RICICLO CORRETTO DELLE BOTTIGLIE DI PLASTICA, MENTRE LA SUOLA SUPER AMMORTIZZATA VIENE PRODOTTA CON IL RECUPERO DEI MATERIALI DI SCARTO DI ALTRE SUOLE. INNOVATIVA E SOSTENIBILE, LA SCARPA SI RICONOSCE PER LO STILE CONTEMPORANEO, MA ANCHE PER L'OTTIMA PERFORMANCE IN TERMINI DI COMFORT. LA TOMAIA KNIT RENDE LA SCARPA TRASPIRANTE, MANTENENDO IL PIEDE FRESCO E ASCIUTTO, MENTRE LA SUOLA ULTRALEGGERA E AMMORTIZZATA ASSICURA UNA CAMMINATA MORBIDA E COMODA. PRIMA E OLTRE IL PRODOTTO, UN PENSIERO: DIMINUIRE L'IMPRONTA DELL'UOMO ATTRAVERSO IL REIMPIEGO DI UNO DEI MATERIALI PIÙ DIFFUSI E PROBLEMATICI, LA PLASTICA.

RECYCLE IS A PROJECT THAT COMBINES ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY AND DESIGN. IT IS A SHOE DEVELOPED ENTIRELY IN FLY'S DESIGN OFFICES: THE UPPER IS MADE WITH 3D FABRICS DERIVED FROM THE CORRECT RECYCLING OF PLASTIC BOTTLES, WHILE THE SUPER AMORTIZED SOLE IS PRODUCED BY RECOVERING THE WASTE MATERIALS OF OTHER SOLES. INNOVATIVE AND SUSTAINABLE, THE SHOE CAN BE RECOGNIZED BY ITS CONTEMPORARY STYLE, BUT ALSO BY ITS EXCELLENT PERFORMANCE IN TERMS OF COMFORT. THE KNIT UPPER MAKES THE SHOE BREATHABLE, KEEPING THE FOOT COOL AND DRY, WHILE THE ULTRALIGHT, CUSHIONED SOLE ENSURES A SOFT, COMFORTABLE WALK. BEFORE AND BEYOND THE PRODUCT, ONE THOUGHT: LOWERING MAN'S FOOTPRINT THROUGH THE REUSE OF ONE OF THE MOST DIFFUSED AND PROBLEMATIC MATERIALS, PLASTICS.



COMPANY PROFILE

HOUSE BRANDS



FLY



ONYX

www.onyx.it

ONYX, BRAND ICONA DEGLI ANNI NOVANTA, RIMANE TUTT'ORA OGGETTO DEL DESIDERIO PER LE TEENAGER, I CAPI E LE CALZATURE HANNO UNO STILE GIOVANE E COOL. ACCANTO AI PRODOTTI PIÙ DI TENDENZA, FLY PROGETTA LA RIEDIZIONE DI CALZATURE D'ARCHIVIO, CAVALCANDO IL RITORNO DEGLI ANNI NOVANTA CON FORME E STILI ISPIRATI A QUEGLI ANNI.

ONYX, ICONIC BRAND FROM THE NINETIES STILL ON TEENAGERS' WISH LISTS, FEATURING YOUNG, COOL CLOTHES AND FOOTWEAR. BESIDES ITS TRENDY PRODUCTS, FLY RE-EDITS THE FOOTWEAR OF THE NINETIES, AS THEY RETURN WITH A ROAR, PROPOSING SHAPES AND STYLES INSPIRED BY THOSE YEARS.



COMPANY PROFILE

HOUSE BRANDS



Now

NOW INTERPRETA E PROPONE LA NUOVA TENDENZA IN DUE VERSIONI:
ANIMO ROCK, ACCESSORIATA CON BORCHIE O ROMANTICA COLORFULL RICOPERTA DI PERLINE.
NEI COLORI ACCESI DEL GIORNO, CALDI COME AL TRAMONTO E BRILLANTI DELLA NOTTE,
NOW SI DISTINGUE E TI FA DISTINGUERE.

NOW, SCELTA PER COME SEI

*NOW INTERPRETS AND PRESENTS THE NEW SUMMER TREND IN TWO VERSIONS:
ROCK SOUL, ACCESSORIZED WITH STUDS AND ROMANTIC COLOURFULL BEADS COVERED.
IN THE BRIGHT COLOURS OF THE DAY, AS WARM AS SUNSET AND AS BRIGHT AS NIGHT,
NOW MAKES YOU STAND OUT.*

NOW, CHOSEN THE WAY YOU ARE



HOUSE BRANDS

WITH
LED LIGHTS

BULLS



FLY

BULLS

LE BULLS SONO LE SCARPE DA BAMBINO CON LE LUCI. NELLA SUOLA DI GOMMA SONO INSERITI DEI SENSORI CHE SI ILLUMINANO CON IL MOVIMENTO, COSÌ CHE LE SCARPE DIVENTINO LUMINOSE QUANDO SI CAMMINA, SI CORRE O SI SALTA. IMPOSSIBILI DA IGNORARE, A METÀ STRADA TRA UNA CALZATURA COMODA E PRATICA E UN GIOCO DIVERTENTE, LE SNEAKERS E I SANDALETTI BULLS HANNO AVUTO UNO STRAORDINARIO SUCCESSO.

BULLS ARE THOSE KIDS' SHOES THAT LIGHT UP. THERE ARE SENSORS IN THE RUBBER SOLES THAT ILLUMINATE WITH MOVEMENT, SO THAT WHEN THE WEARER WALKS, RUNS OR JUMPS THE SHOES LIGHT UP. IMPOSSIBLE TO IGNORE, A COMBINATION OF COMFORTABLE, PRACTICAL SHOES AND AN AMUSING GAME, BULLS SNEAKERS AND SANDALS ARE HIGHLY SUCCESSFUL ON THE MARKET.



LICENSED BRANDS



FLY



www.freddy.com

FREDDY E' SINONIMO DI PASSIONE PER IL MOVIMENTO. UN FENOMENO LEGATO NON SOLO AL MONDO DELLO SPORT A LIVELLO AGONISTICO, MA ANCHE AL LIFESTYLE. UNO STILE CHE PUÒ ESSERE SCELTO PER OGNI MOMENTO DELLA GIORNATA. LE COLLEZIONI FREDDY SI SVILUPPANO ATTRAVERSO L'INTERPRETAZIONE DI DUE CONCETTI DISTINTI, MA COMPLEMENTARI, CHE POSSONO ESSERE RIASSUNTI IN ACTIVE&FASHION, PERFETTAMENTE INCARNATI NELLA LORO FILOSOFIA: 'THE ART OF MOVEMENT'. IL DENOMINATORE COMUNE CONTINUA AD ESSERE LA CAPACITA' DI DARE VITA A PRODOTTI CHE CONIUGANO REQUISITI TECNICI, COMFORT E ATTENZIONE ALLE TENDENZE STILISTICHE DEL MOMENTO, CON UN PERFETTO SENSO DELL' EQUILIBRIO. LO STILE FREDDY PRENDE ISPIRAZIONE DALLA GINNASTICA ARTISTICA E RITMICA, PERMEATA DA UN SENSO DELLA MODA, CHE RENDE LA COLLEZIONE CONTEMPORANEA E DISTINTIVA.

FREDDY IS SYNONYMOUS WITH PASSION FOR MOVEMENT. A PHENOMENON LINKED NOT ONLY TO THE WORLD OF COMPETITIVE SPORT, BUT ALSO TO LIFESTYLE. A STYLE THAT CAN BE CHOSEN FOR EVERY MOMENT OF THE DAY. THE FREDDY COLLECTIONS ARE DEVELOPED THROUGH THE INTERPRETATION OF TWO DISTINCT BUT COMPLEMENTARY CONCEPTS, WHICH CAN BE SUMMED UP AS ACTIVE&FASHION, PERFECTLY EMBODIED IN THEIR PHILOSOPHY: 'THE ART OF MOVEMENT'. THE COMMON DENOMINATOR CONTINUES TO BE THE ABILITY TO CREATE PRODUCTS THAT COMBINE TECHNICAL REQUIREMENTS, COMFORT AND ATTENTION TO STYLISTIC TRENDS WITH A PERFECT SENSE OF STYLE OF THE MOMENT, WITH A PERFECT SENSE OF BALANCE. THE FREDDY STYLE TAKES INSPIRATION FROM ARTISTIC AND RHYTHMIC GYMNASTICS, PERMEATED BY A FASHION SENSE THAT MAKES THE COLLECTION CONTEMPORARY AND DISTINCTIVE.



PIQUADRO, FONDATA NEL 1987 E CON SEDE A BOLOGNA, È UN MARCHIO ITALIANO DI LUSO SPECIALIZZATO IN ARTICOLI IN PELLE. COMBINA TRADIZIONE ARTIGIANALE, INNOVAZIONE TECNOLOGICA E DESIGN ELEGANTE PER CREARE ZAINI, VALIGETTE, ACCESSORI DA VIAGGIO E PICCOLA PELLETTA DI ALTA QUALITÀ. I PRODOTTI VENGONO REALIZZATI CON MATERIALI PREGIATI E PROCESSI SOSTENIBILI, UNISCONO PRATICITÀ E STILE SENZA TEMPO. PRESENTE IN OLTRE 50 PAESI CON NEGOZI MONOMARCA, PIQUADRO È SINONIMO DI ECCELLENZA ITALIANA E PROPONE SOLUZIONI SMART PER I PROFESSIONISTI E I VIAGGIATORI MODERNI ED È OGGI UN PUNTO DI RIFERIMENTO NEL MERCATO GLOBALE DEGLI ARTICOLI IN PELLE DI LUSO.

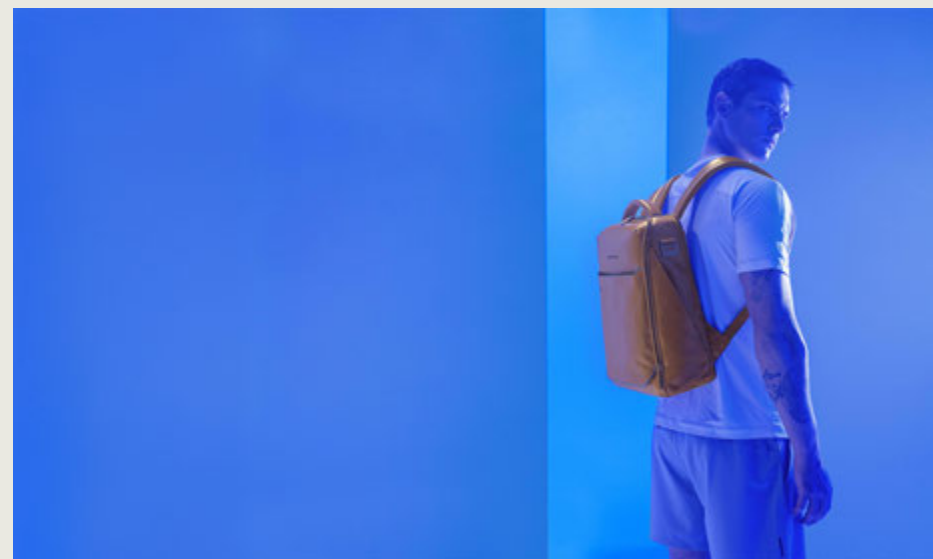
FOUNDED IN 1987 IN GAGGIO MONTANO, IN THE TUSCAN-EMILIAN APENNINES, BETWEEN FIRENZE AND BOLOGNA BY MARCO PALMIERI.

PIQUADRO HAS REVOLUTIONIZED LEATHER GOODS ACCESSORIES ACCESSORIES, BECOMING A BENCHMARK FOR DISTINCTIVE DESIGN.

PIQUADRO ACCOMPANIES TRAVELERS AND PROFESSIONALS WITH SOLUTIONS THAT COMBINE ELEGANCE AND FUNCTIONALITY.

OUR VISION IS TO REDEFINE THE TRAVEL EXPERIENCE WITH PRODUCTS THAT BLEND AESTHETICS, PRACTICALITY, AND PERFORMANCE.

OUR MISSION IS TO CREATE ACCESSORIES THAT FUSE ITALIAN REFINEMENT AND TECHNOLOGY, TRANSFORMING EVERY JOURNEY INTO A MOMENT OF STYLE AND COMFORT.



PROJECT 2050 NASCE DA UNA PROFONDA CONVINZIONE NELLA FORZA DELLA LUNGIMIRANZA. IMMAGINIAMO UN MONDO IN CUI L'INNOVAZIONE NON SI LIMITA A SEGUIRE LE TENDENZE, MA APRE LA STRADA PER UN DOMANI MIGLIORE. LA NOSTRA MISSIONE VA OLTRE IL PRESENTE: GUARDIAMO OLTRE, COSTRUENDO SOLUZIONI CHE AFFRONTANO LE SFIDE AMBIENTALI DI OGGI CON LA CONSAPEVOLEZZA DI CIÒ CHE CI ASPETTA.

NON CI LIMITIAMO A SOGNARE UN FUTURO SOSTENIBILE—LO COSTRUIAMO, PASSO DOPO PASSO, CON RIGORE SCIENTIFICO E UN PROFONDO RISPETTO PER LE RISORSE DEL PIANETA. NEL PERSEGUIMENTO DI QUESTA VISIONE, ABBIAMO STRETTO UNA COLLABORAZIONE STRATEGICA CON ACBC, B-CORP ITALIANA LEADER NELL'INNOVAZIONE SOSTENIBILE. INSIEME, ESPLORIAMO NUOVE TECNOLOGIE E METODOLOGIE, SPINGENDO I CONFINI DEL POSSIBILE.

QUESTA SINERGIA AMPLIFICA I NOSTRI SFORZI, PERMETTENDOCI DI MISURARE, PERFEZIONARE E MIGLIORARE OGNI FASE DEL NOSTRO PROCESSO, DALL'ECO-DESIGN ALLA RIDUZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE.

PROJECT 2050 STEMS FROM A PROFOUND BELIEF IN THE POWER OF FORESIGHT. WE ENVISION A WORLD WHERE INNOVATION IS NOT JUST ABOUT FOLLOWING TRENDS BUT PAVING THE WAY FOR A BETTER TOMORROW. OUR MISSION GOES BEYOND THE PRESENT: WE LOOK AHEAD, BUILDING SOLUTIONS THAT TACKLE TODAY'S ENVIRONMENTAL CHALLENGES WITH AN AWARENESS OF WHAT LIES AHEAD.

WE DON'T JUST DREAM OF A SUSTAINABLE FUTURE—WE BUILD IT, STEP BY STEP, WITH SCIENTIFIC RIGOR AND DEEP RESPECT FOR THE PLANET'S RESOURCES.

IN PURSUIT OF THIS VISION, WE HAVE ENTERED INTO A STRATEGIC PARTNERSHIP WITH ACBC, AN ITALIAN B-CORP LEADER IN SUSTAINABLE INNOVATION.

TOGETHER, WE EXPLORE NEW TECHNOLOGIES AND METHODOLOGIES, PUSHING THE BOUNDARIES OF WHAT'S POSSIBLE.

THIS SYNERGY AMPLIFIES OUR EFFORTS, ALLOWING US TO MEASURE, REFINE AND IMPROVE EVERY STEP OF OUR PROCESS, FROM ECO-DESIGN TO REDUCING ENVIRONMENTAL IMPACT.



LICENSED BRANDS



<https://www.sweetyears.it/>

NATO NEL 2003 DA UN'IDEA DEI CALCIATORI BOBO VIERI E PAOLO MALDINI, SWEET YEARS È "IL BRAND CHE FA BATTERE IL CUORE". E PROPRIO UN CUORE ROSSO, ISPIRATO ALL'AMICIZIA E ALLA PASSIONE, È CIÒ CHE LO RENDE RICONOSCIBILE. TUTTO INIZIA CON LA T-SHIRT CHE BOBO VIERI MOSTRA ALLE TELECAMERE DOPO UN GOL: È UN SUCCESSO IMMEDIATO, TUTTI VOGLIONO QUELLA MAGLIETTA CHE PARLA DI EMOZIONE E GIOIA CONDIVISA. SEGUIRANNO POI COLLEZIONI D'ABBIGLIAMENTO, ACCESSORI E SCARPE CARATTERIZZATI DA UNO STILE GIOVANE E SPORTIVO MAI TRAMONTATO.

FIRST APPEARING IN 2003, BASED ON AN IDEA BY FOOTBALLERS BOBO VIERI AND PAOLO MALDINI, SWEET YEARS IS "THE BRAND THAT MAKES YOUR HEART MISS A BEAT". INDEED, ITS DISTINGUISHING MARK IS A RED HEART, SYMBOL OF FRIENDSHIP AND PASSION. IT ALL STARTED WITH A T-SHIRT BOBO SHOWED TO THE TV CAMERAS AFTER A GOAL: INSTANT SUCCESS; EVERYONE WANTED THE T-SHIRT THAT EVOKES SHARED EXCITEMENT AND JOY. COLLECTIONS OF APPAREL, ACCESSORIES AND SHOES SOON FOLLOWED ON, FEATURING A YOUNG, SPORTY STYLE THAT'S NEVER GONE OUT OF DATE.





FLY È IN CONTINUO AGGIORNAMENTO, SEGUICI SUL NOSTRO SITO:
KEEP UP TO DATE, VISIT OUR WEBSITE REGULARLY:

WWW.FLYGROUP.BIZ