

فیلا: برندی پر فراز و نشیب

از کفش‌های بسکتبال این ورزشکار به شدت افزایش یافت.

این برند به شدت در حال رشد بود که دوباره در پایان دهه ۹۰ دچار بحران و افت فروش شد. مجبور شد برای جلوگیری از ورشکستگی تعدادی از فروشگاه‌هایش را تعطیل کند. در پی واقعه ۱۱ سپتامبر این بحران شدیدتر هم شد.

در سال ۲۰۰۱، Fila شروع به همکاری با شرکت ایتالیایی پینینفارینا کرد تا نوع جدیدی از کفش‌های ورزشی شیک مخصوص دویدن تولید کند. همچنین، اسپانسرینگ و تولید کفش‌های راننده‌های تیم فرمول یک فراری را بر عهده گرفت. تغییر سیاست‌های این برند در سال‌های بعدی و خرید شدن اکثریت سهام آن توسط نمایندگی فیلا ی کره جنوبی، منجر به رشد مجدد Fila شد و خسارت‌های این برند تا حدی جبران شد.



حدود ۸۰ درصد سهام شرکت را خریداری کرد. پس از آن شرکت به حمایت دائمی از ورزشکاران و رویدادهای ورزشی پرداخت. این شرکت عرضه محصولات فیلا را تنها منحصر به فروشگاه‌های لوکس و گرانتی کرده بود. تا سال ۱۹۸۷ فروشی معادل ۵۵ میلیون دلار داشت. با این حال در پایان دهه ۸۰ شرکت دچار بحران و افت شدید شد.

آنها برای حفظ بقای شرکت دوباره انریکو فراچی را به سمت مدیریت شرکت نشانند. در آغاز دهه ۱۹۹۰ فیلا سهام خود را از شرکت‌های امریکایی خریداری کرد و تمرکز خود را بر روی تولید کفش گذاشت. به دلیل تمرکزی که شرکت روی تولید کفش بسکتبال داشت، مشتریان شرکت از ثروتمندان سفید پوست به سمت سیاه پوستان شهرنشین نیز معطوف شد.

در سال ۱۹۹۴، Fila از گرنت هیل، بسکتبالیست تیم دیترویت پیستونز حمایت کرد و پس از انتخاب هیل به عنوان بهترین بازیکن تازه‌کار سال، استقبال مردم

فیلا (FILA) یک نام شناخته شده در تولید محصولات ورزشی مخصوصا کیف و کفش می باشد که دارای رتبه سومی در جهان بعد از نایک و ریباک است و انتخاب بسیاری از حرفه ای ها و غیر حرفه ای ها می باشد.

این شرکت علی رغم فراز و نشیب های بسیاری که در این راه پیموده، اکنون در جایگاه قابل قبولی قرار گرفته است.

فیلا در اصل تولید کننده کفش ورزشی است اما در کنار آن به تولید دیگر لوازم ورزشی برای آقایان، بانوان و کودکان فعالیت دارد. فیلا برندی ایتالیایی است که در سال ۱۹۱۱ توسط برادران فیلا راه اندازی شد. در ابتدا هدف از تأسیس آن تولید لباس زیر در ایتالیا بود.

آنها می خواستند لباس هایی کاربردی و در عین حال شیک و زیبا تولید کنند. اما در سال ۱۹۷۰ هدف تغییر کرد. با مدیریت انریکو فراچی، تصمیم بر این شد که به تولید محصولات ورزشی بپردازند.

این شرکت به عنوان اولین تبلیغات خود، لباس خود را که آرم شرکت را داشت، بر تن یک بازیکن مطرح تنیس به نام بیورک بورگ پوشاند. وی توانست با این لباس ۱۱ عنوان ورزشی را کسب نماید. بدین ترتیب کل دنیا با این برند آشنایی پیدا کرد.

در ابتدا این شرکت به تولید لوازم باکیفیت و گرانتیمت اسکی و تنیس کرد. این امر موجب شد که در میان ورزشکاران این دو رشته محبوبیت بالایی پیدا کند.

فراچی در سال ۱۹۷۹ این شرکت را ترک کرد. در دهه ۸۰ شرکت پارچه SNID