



COMPANY PROFILE

INDEX

CHI SIAMO ABOUT US

pages 04-05

STORIA OUR STORY

pages 06-07

DESIGN

pages 08-09

LOGISTICA E DISTRIBUZIONE LOGISTICS AND DISTRIBUTION

pages 10-11

MARKETING E COMUNICAZIONE MARKETING AND COMMUNICATION

pages 12-13

MARCHI E LICENZE BRANDS AND LICENSES

pages 14-15

US GOLF CLUB

pages 16-17

ONYX

pages 18-19

BULLS

pages 20-21

BEVERLY HILLS POLO CLUB

page 22

SWEET YEARS

page 23

MISS SIXTY

page 24

BARBIE

page 25

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

3

BRAND DI PROPRIETÀ DI FLY
FLY OWNED BRANDS

4

BRAND IN LICENZA COMMERCIALIZZATI
LICENSED BRANDS MARKETED

1 MLN

PAIA DI SCARPE COMMERCIALIZZATE OGNI ANNO
PAIRS OF SHOES MARKETED EVERY YEAR

15

PAESI RAGGIUNTI DALLA DISTRIBUZIONE
COUNTRIES REACHED BY DISTRIBUTION

20

GLI 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 TUTTA EUROPA
HOURS TO PROCESS AN ORDER ACROSS EUROPE

STORIA

HISTORY



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'ACQUISIZIONE 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 E SWEET YEARS E 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 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. THIS 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 AND SWEET YEARS AND PURCHASED LICENSES FOR U.S. GOLF CLUB AND THE NINETIES ICON, ONYX.

THE RANGE WAS EXTENDED, ADDING TO KIDS' SHOES THE DESIGN AND MARKETING OF SPORTY, YOUTHFUL MEN AND WOMEN'S FOOTWEAR. FLY ALSO SPECIALISES IN CUSTOMISED PRIVATE LABEL PROJECTS.

THE COMPANY CELEBRATED ITS FIRST TEN YEARS IN 2015 BY EXTENDING ITS PRESENCE ON THE MARKET: FOOTWEAR DESIGNED AND MARKETING 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 CREATIVITÀ

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

È QUI CHE I DESIGNER DI FLY CREANO OGNI ANNO QUATTRO COLLEZIONI E 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 TRASVERSALITÀ DI STILI E TIPOLOGIE CHE HA DETERMINATO IL SUCCESSO DI FLY, CUI I CLIENTI RICONOSCONO LA CAPACITÀ 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.

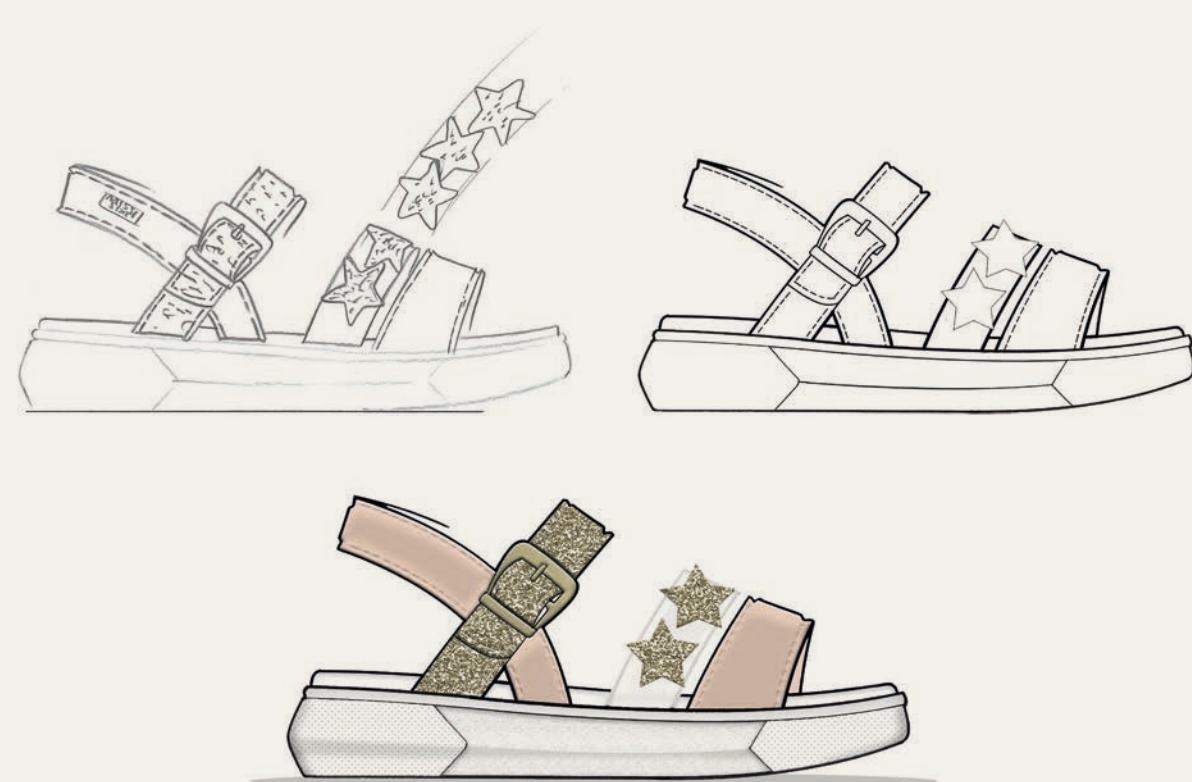


A COMBINATION OF RESEARCH AND CREATIVENESS

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

HERE FLY'S DESIGNERS CREATE FOUR COLLECTIONS EVERY YEAR AND DESIGN ALL TYPES OF FOOTWEAR: SNEAKERS, BOOTS, WALKING SHOES, OUTDOOR SHOES, MULES, SANDALS AND HIGH HEELS – FOR MEN, WOMEN AND KIDS. THIS CROSS SECTION OF STYLES AND TYPES IS 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.



Sede Montebelluna / Montebelluna office



Sede Silea / Silea office

LOGISTICA E DISTRIBUZIONE

LOGISTICS E 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 – SPAGNA, GRECIA, GRAN BRETAGNA, GERMANIA, POLONIA – E IN RUSSIA, FLY HA RECENTEMENTE COMINCIATO LA SUA ESPANSIONE VERSO I PAESI DEL MEDIO ORIENTE. LE VENDITE ALL'ESTERO COSTITUISCONO ATTUALMENTE IL 35% DEL TOTALE.

I PRODOTTI DESTINATI AL MERCATO EUROPEO ARRIVANO NEI PORTI DI LA SPEZIA E TRIESTE, QUINDI SONO DISLOCATI NELLE LOGISTICHE DI LIVORNO E PADOVA, 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

IN ITALY, EUROPE AND THE WORLD

AN EFFICIENT SYSTEM OF LOGISTICS AND SOUND SALES PARTNERS HAS GIVEN FLY THE OPPORTUNITY TO REACH AN INCREASING NUMBER OF CUSTOMERS, FIRST CROSSING DOMESTIC BORDERS AND THEN EUROPEAN ONES. ALREADY IN EUROPE – SPAIN, GREECE, UNITED KINGDOM, GERMANY, POLAND – AND RUSSIA, FLY HAS RECENTLY STARTED TO EXTEND INTO MIDDLE EAST COUNTRIES. EXPORTS CURRENTLY ACCOUNT FOR 35% OF TOTAL SALES.

PRODUCTS FOR THE EUROPEAN MARKET ARRIVE AT THE PORTS OF LA SPEZIA AND TRIESTE AND ARE THEN SENT TO LEGHORN AND PADUA LOGISTICS CENTRES, 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 FROM 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

CLASSICAL RETAIL
MASS MARKET RETAILERS (MMR)
LARGE SPECIALITY STORES



SILEA [SEDE/HEADQUARTERS] - MONTEBELLUNA [DESIGN] - TRIESTE [PORTO D'ARRIVO/PORT] - LA SPEZIA [PORTO D'ARRIVO/PORT]
PADOVA [POLO LOGISTICO/LOGISTIC] - LIVORNO [POLO LOGISTICO/LOGISTIC].

MARKETING E COMUNICAZIONE

MARKETING AND COMMUNICATION

VISIBILITÀ 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 AL PERSONALE INTERNO O AD AGENZIE DI COMUNICAZIONE ESTERNE. SI OCCUPA INOLTRE DEL PACKAGING E DELLE SOLUZIONI CARTOTECNICHE PER L'ESPOSIZIONE DEL PRODOTTO IN NEGOZIO.

FLY È PRESENTE NELLE PRINCIPALI PIATTAFORME DEDICATE AL B2B E PARTECIPA REGOLARMENTE ALLE PIÙ 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



STAND - FIERE

FAIR STANDS



FIERA MICAM - ONYX / MICAM FAIR - ONYX



FIERA MICAM - BHPC / MICAM FAIR - BHPC



EXPO RIVA SCHUH

SHOOTING

PRESS SHOTS



MARCHI E LICENZE

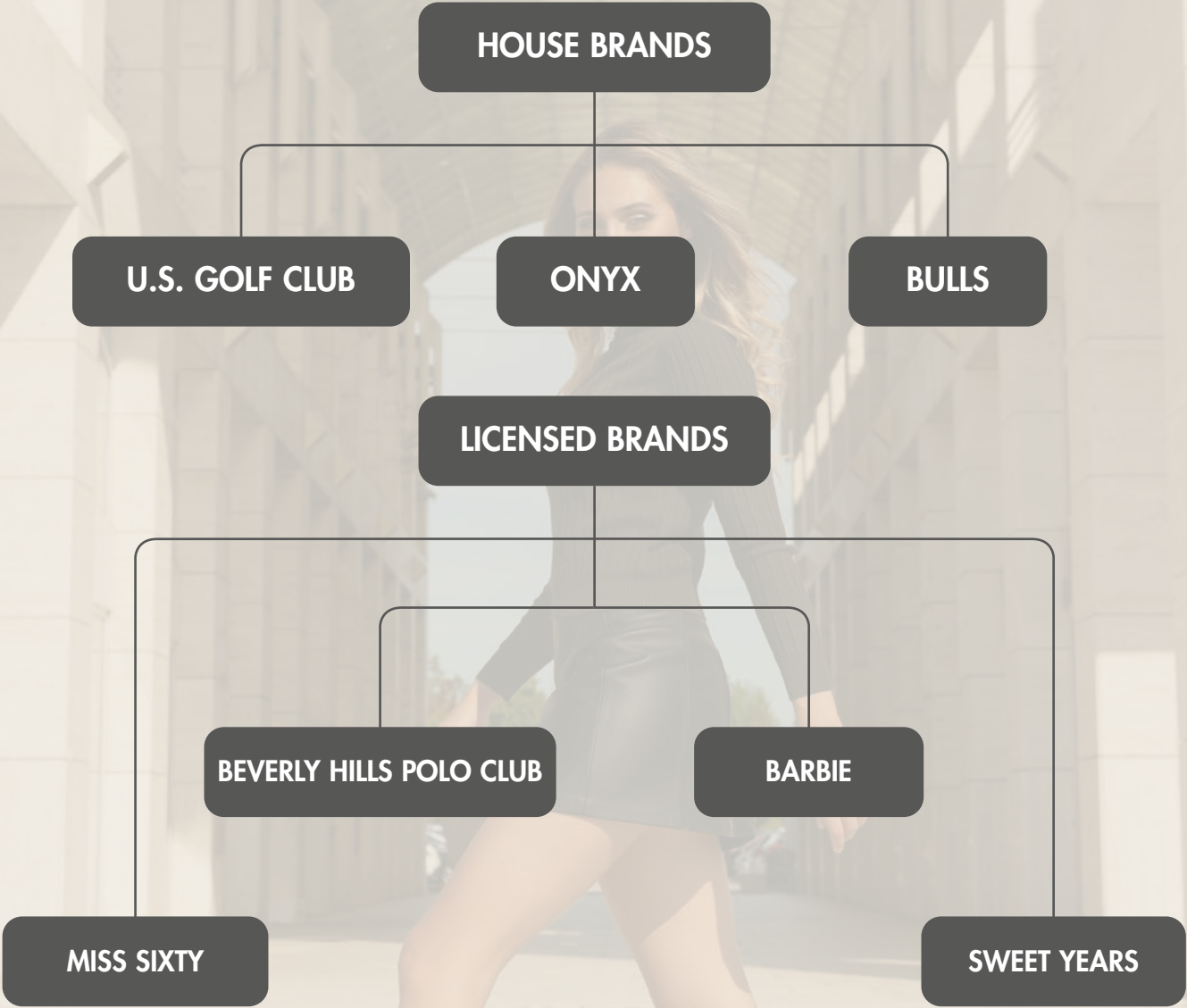
BRANDS AND BRAND LICENSING

A OGNI MARCHIO IL SUO STILE

FLY GESTISCE SETTE MARCHI, TRE DI PROPRIETÀ (U.S. GOLF CLUB, ONYX E BULLS) E QUATTRO IN LICENZA (BEVERLY HILLS POLO CLUB, BARBIE, MISS SIXTY, 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 TRE 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 SEVEN BRANDS, THREE SELF-OWNED (U.S. GOLF CLUB, ONYX AND BULLS) AND FOUR LICENSED (BEVERLY HILLS POLO CLUB, BARBIE, MISS SIXTY 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 THREE PROPRIETARY BRANDS WE HAVE AN ACTIVE BRAND LICENSING PROGRAMME FOR THE DEVELOPMENT AND MARKETING OF ALL OUR PRODUCT CATEGORIES.



	Uomo Men	Donna Women	Bambino Boys	Bambina Girls
U.S. Golf Club	●	●	●	
Onyx		●		●
Bulls			●	
Beverly Hills Polo Club	●	●	●	●
Sweet Years	●	●		●
Miss Sixty				●
Barbie				●

Tabella linee prodotto / Product line table

I NOSTRI MARCHI

OUR BRANDS



U.S. GOLF CLUB

www.usgolfclub.it

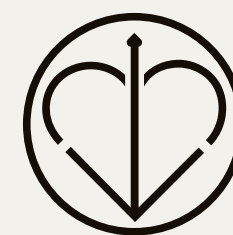
U.S. GOLF CLUB È UN BRAND SPORTY-CHIC ISPIRATO AL MONDO DEL GOLF. NELLE SUE COLLEZIONI SI FONDONO PRATICITÀ E BUONGUSTO, INFORMALITÀ E ATTENZIONE ALLE ULTIME TENDENZE, PER UN'ELEGANZA CASUAL MAI SCONTATA. LANCIATO COME BRAND DI CALZATURE, SI PRESTA A ESSERE REINTERPRETATO ANCHE IN COLLEZIONI DI ABBIGLIAMENTO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



I NOSTRI MARCHI

OUR BRANDS



ONYX

www.onyx.it

ONYX, BRAND ICONA DEGLI ANNI NOVANTA, RIMANE TUTTORA 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.

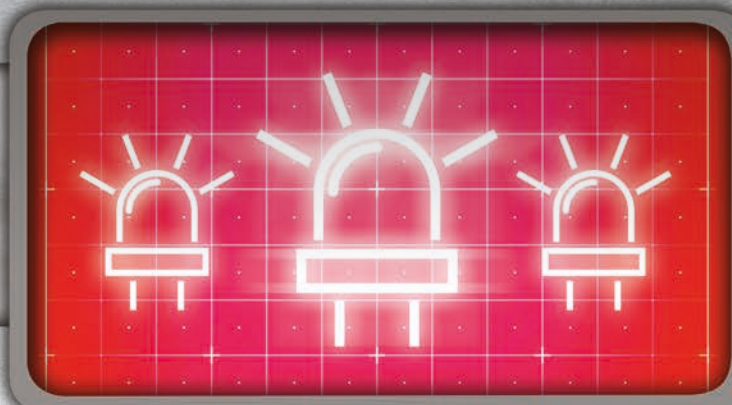
ONYX, ICONIC BRAND FROM THE NINETIES STILL ON TEENAGERS' WISH LISTS, FEATURING YOUNG, COOL CLOTHES AND FOOTWEAR. BESIDES ITS TRENDY PRODUCTS, FLY RE-EDITS THE FOOTWEAR OF THE NINETIES, AS THEY RETURN WITH A ROAR, PROPOSING SHAPES AND STYLES INSPIRED BY THOSE YEARS.



I NOSTRI MARCHI

OUR BRANDS

BULLS



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.



I MARCHI IN LICENZA

LICENSED BRANDS



BEVERLY HILLS
POLO CLUB

IL BRAND BEVERLY HILLS POLO CLUB NASCE A LOS ANGELES. UN'ORIGINE CHE RESTA VIVA NEL NOME, CHE EVOCA LA CALIFORNIA, L'AMERICAN WAY OF LIFE, I CLUB ESCLUSIVI SULLE COLLINE DI BEVERLY HILLS. CON UNO STILE SPORTIVO MA DI CLASSE, L'ABBIGLIAMENTO E LE CALZATURE BEVERLY HILLS POLO CLUB SONO PENSATE PER L'UOMO GIOVANE CHE AMA UNO STILE URBANO, SEMPLICE MA SOFISTICATO.

THE BEVERLY HILLS POLO CLUB BRAND COMES FROM LOS ANGELES. ITS ORIGIN, PRESERVED IN THE NAME, EVOQUES CALIFORNIA, THE AMERICAN WAY OF LIFE AND EXCLUSIVE BEVERLY HILLS CLUBS. STYLED TO BE SPORTY BUT CLASSY, BEVERLY HILLS POLO CLUB FOOTWEAR IS DESIGNED FOR YOUNG MEN WHO LOVE A SIMPLE BUT SOPHISTICATED URBAN AIR.



I MARCHI IN LICENZA

LICENSED BRANDS



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 EVOQUES 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.



I MARCHI IN LICENZA

LICENSED BRANDS

**MISS
SIXTY[®]**
junior

BRAND DI PUNTA DELL'UNIVERSO DENIM, MISS SIXTY NASCE NEL 1991 IN ITALIA COME PRODUTTORE DI JEANS PER RAGAZZE, DISTRIBUENDO MILIONI DI CAPI IN TUTTO IL MONDO. OGGI MISS SIXTY CONSERVA LO SPIRITO LIBERO CHE DA SEMPRE SI ASSOCIA AL DENIM, CHE TRADUCE NELLE COLLEZIONI DI CALZATURE PER BAMBINE ALL'ULTIMA MODA.

OUR CORE BRAND IN THE DENIM UNIVERSE, MISS SIXTY WAS CREATED IN ITALY IN 1991 AS A MANUFACTURER OF JEANS FOR YOUNGSTERS, AND HAS DISTRIBUTED MILLIONS OF OUTFITS THROUGHOUT THE WORLD. MISS SIXTY STILL MAINTAINS THE FREE SPIRIT THAT HAS ALWAYS BEEN ASSOCIATED WITH DENIM, WHICH IT TRANSFORMS INTO COLLECTIONS OF FOOTWEAR FOR FASHION-CONSCIOUS LITTLE GIRLS.



I MARCHI IN LICENZA

LICENSED BRANDS

Barbie[™]

BARBIE[®] NON HA BISOGNO DI PRESENTAZIONI. ICONA DI MODA SEMPRE AL PASSO COI TEMPI, DAL 1959 È LA BAMBOLA PIÙ AMATA DALLE BAMBINE DI TUTTO IL MONDO: LA MATTEL, PROPRIETARIA DEL MARCHIO, HA DICHIARATO CHE VENGONO VENDUTE TRE BARBIE[®] AL SECONDO. IN LINEA CON LA STORIA E LO STILE DI BARBIE[®], LA COLLEZIONE DI CALZATURE È PROGETTATA CON ATTENZIONE ALLE TENDENZE DEL MOMENTO ED È PENSATA PER FARSI NOTARE AI PIEDI DELLE BAMBINE PIÙ VIVACI.

BARBIE[®] NEEDS NO PRESENTATION. A FASHION ICON THAT'S ALWAYS UP TO DATE, SINCE 1959 IT HAS BEEN THE DOLL MOST CHERISHED BY LITTLE GIRLS THE WORLD OVER: MATTEL, OWNER OF THE TRADEMARK, HAS STATED THAT THREE BARBIE[®] DOLLS ARE SOLD EVERY SECOND. IN LINE WITH THE BARBIE[®] STORY AND STYLE, THIS FOOTWEAR COLLECTION IS DESIGNED TO REFLECT CURRENT TRENDS AND MAKE A STATEMENT ON THE FEET OF LIVELY LITTLE GIRLS.





Fly è in continuo aggiornamento, seguici sul nostro sito:
Keep up to date, visit our website regularly:

www.flygroup.biz



U.S. GOLF CLUB



ONYX



BEVERLY HILLS
POLO CLUB



**MISS
SIXTY**
junior

Barbie
TM

www.flygroup.biz