

ЭЛИСОН ДЖЕЙМС

GUCCI



НЕАВТОРИЗОВАННОЕ ИЗДАНИЕ

ОДРИ
МЕЧТА В КАЖДОЙ КНИГЕ
Москва





УДК 687.1(092)(450)
ББК 85.126(3)-8
Д40

Alison James
GUCCI: THE FASHION ICONS

© Danann Media Publishing Limited 2023

The book is translated or reproduced from «Gucci The Fashion Icons» published by Sona Books,
an imprint of Danann Media Publishing Limited with design rights owned by Danann.
Content is licensed from Danann Media Publishing Limited. Used under licence. All rights reserved.

Джеймс, Элисон.
Д40 Gucci. Легенда моды / Элисон Джеймс ; [перевод с английского И. Ю. Крупичевой]. — Москва : Эксмо, 2025. — 144 с. — (История модных брендов. Книги для коллекции).

ISBN 978-5-04-201504-5

Дом Gucci — модная династия с историей, полной тайн и страстей: от семейных конфликтов и кризиса репутации до триумфального возрождения. Каждая эпоха Gucci отражала дух своего времени — кинематографическую «сладкую жизнь» 1960-х, скандалы 1980-х, сексуальную революцию 1990-х и барочную эклектику начала XXI века. Эта книга — портрет легендарной империи, пережившей кризисы и трагедии, но неизменно превращавшей свои творения в символы эпохи и мечты целого поколения.

УДК 687.1(092)(450)
ББК 85.126(3)-8

СОДЕРЖАНИЕ

ВСТУПЛЕНИЕ	8
НАЧАЛО	10
ОТЕЦ, СЫНОВЬЯ И ЗНАКОВЫЕ ТОВАРЫ	14
СЛАДКАЯ ЖИЗНЬ	18
СЕМЕЙНЫЕ ВОЙНЫ	34
ГОДЫ С ТОМОМ ФОРДОМ	42
ТОМ ФОРД @ GUCCI	66
GUCCI ПРИ ДЖАННИНИ	70
GUCCI GARDEN & GUCCI COSMOS	92
АЛЕССАНДРО МИКЕЛЕ	96
КОГДА ГАРРИ ВСТРЕТИЛ АЛЕССАНДРО...	118
(ЕЩЕ ОДНА) НОВАЯ ЭРА	124
GUCCI В ЦИФРАХ	138
ВЕЛИКОЛЕПНАЯ СЕМЕРКА	140



ВСТУПЛЕНИЕ

Когда Гуччо Гуччи в 1921 году во Флоренции начинал свой маленький бизнес по изготовлению чемоданов, он даже мечтать не мог, что его дело превратится в легендарный мировой многомиллиардный бренд, каким он стал сегодня. Этот Дом, синоним классического дизайна, элегантности, роскоши и качества, может похвастаться мгновенно узнаваемым фирменным стилем. Логотип с двойной буквой G, ремень с пряжкой в виде подковы, обувь и сумки, сумка с ручкой из бабук, лоферы, дизайн Flora... Все это помогло Gucci проникнуть в массовую культуру, как не удавалось ни одному другому итальянскому лейблу в истории.

Первоначальное расширение компании произошло в то время, когда у руля был Альдо, старший сын Гуччо. Будучи великолепным бизнесменом, он превратил бизнес в место, куда за аксессуарами приходила новая элита. К концу 1960-х годов все знаменитости, от королевы Елизаветы II до Элизабет Тейлор, были клиентами Gucci. А к началу 1970-х годов начали появляться изящные силуэты, пальто, подбитые мехом, и атласные лацканы, которым предстояло стать классикой Gucci той эпохи. Тем не менее на заре 1980-х годов избыточное лицензирование запятнало идентичность дорогого бренда, а сыновья и внуки Гуччо воевали между собой. В 1993 году семья потеряла контроль над почти обанкротившейся компанией. Бренд

испытывал трудности, пока в 1994 году его креативным директором не стал Том Форд. «Сексуальную, чувственную одежду в стиле «трахни меня», предложенную Томом Фордом, мгновенно приняла публика из А-списка, снова обеспечив успех Gucci, как творческий, так и финансовый. С 2005 по 2015 год бывший дизайнер аксессуаров Gucci Фрида Джаннини держала поводья бизнеса, некогда эксплуатировавшего тему верховой езды. Но потом прибыли упали, ее моделям не хватило блеска, и Джаннини сменил ее бывший помощник Алессандро Микеле. В течение восьми лет Микеле с его эксцентричным, в высшей степени романтичным и оригинальным видением вполне справлялся с брендом. Но ничто не длится вечно, особенно в динамичном мире дорогой моды, и в конце 2022 года правление Микеле неожиданно закончилось.

Пока бренд Gucci входит в еще одну новую эру под художественным руководством Сабато де Сарно, мы посмотрим на историю компании, проследим ее эволюцию, полюбуемся ее творениями, дизайнами и гениальными находками в области одежды. Мы начнем с относительно скромных чемоданов, познакомимся с хорошими и плохими временами, включая сражения внутри семьи, скандалы и даже убийство, и увидим, как компания превратилась во влиятельный, новаторский модный дом от-кутюр, обладающий мировым влиянием, каким он является теперь.



НАЧАЛО

«Он был человеком с большим вкусом, который мы все унаследовали. Он оставил свой отпечаток на каждой вещи, которую продавал».

АЛЬДО ГУЧЧИ О СВОЕМ ОТЦЕ ГУЧЧО, ОСНОВАТЕЛЕ ДОМА GUCCI

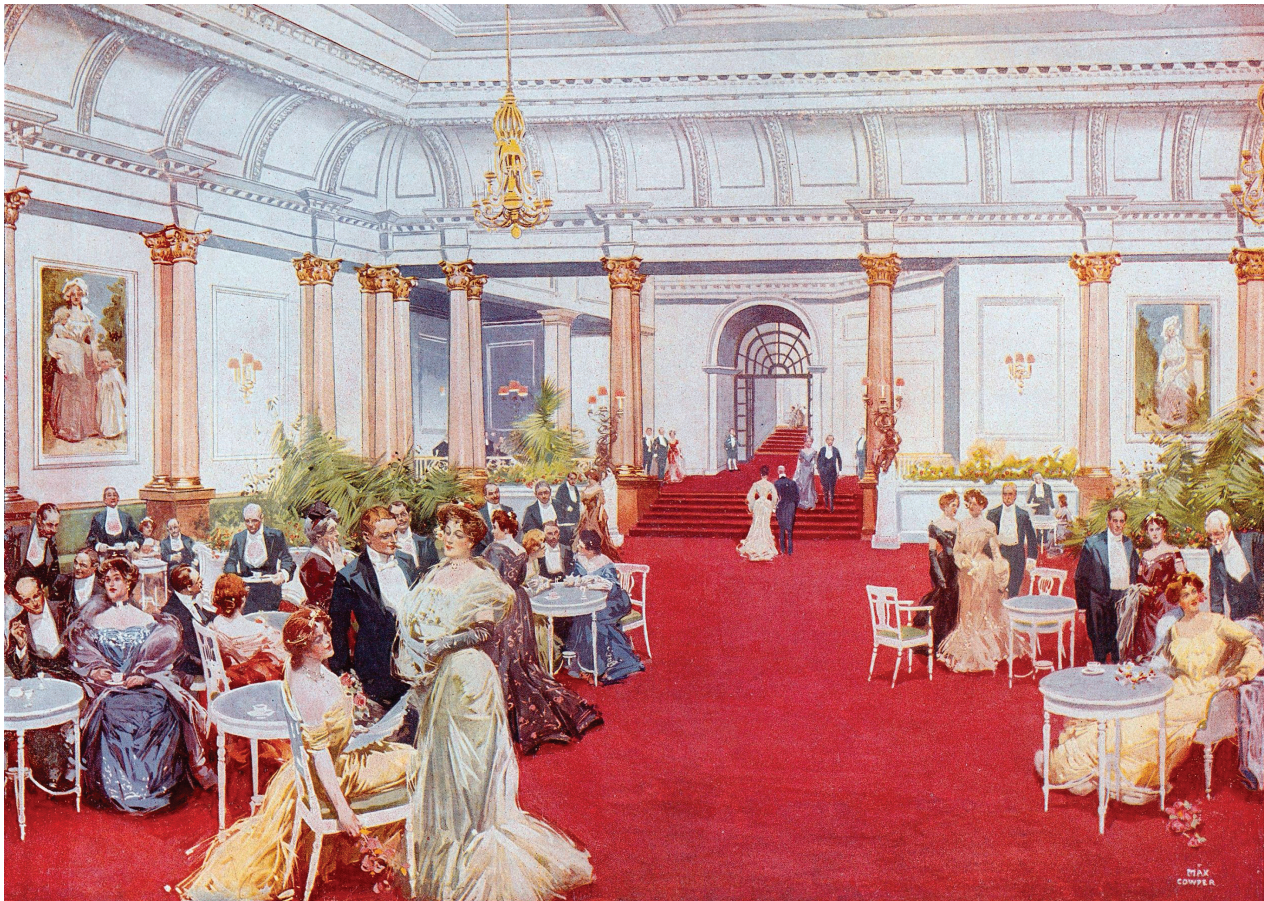
Если бы дело по производству соломенных шляп и изделий из кожи, принадлежавшее родителям основателя Дома Gucci Гуччо Джованбатисты Джасинто Дарио Марии, было успешным, вполне вероятно, что легендарный модный бренд никогда бы не существовал. Гуччо, родившийся во Флоренции

в марте 1881 года у Габриелло Гуччи и его жены Елены Сантини, сбежал в Лондон в 1897 году после банкротства отца и краха семейного бизнеса. Как только 16-летний Гуччо прибыл в величайший на тот момент город мира, он нашел работу в роскошном и престижном отеле «Савой» на Стрэнде — воплощении передовых технологий. Он стал первым в мире отелем, где провели электрическое освещение, установили прототипы телефонов и электрический лифт. В отеле Гуччо сначала работал мойщиком посуды, потом стал официантом, затем посыльным и, наконец, портье.



Гуччо Гуччи

Работая лифтером, он обратил внимание на красивые кожаные чемоданы и сундуки, с которыми путешествовали богатые и знаменитые постояльцы гостиницы. Внимательный, умный и амбициозный молодой человек наблюдал за ними, рассматривал модную, стильную одежду, аксессуары, украшения, подмечал их манеры и привычки. Но больше всего его привлекал их багаж. Его буквально заворожили лондонские мастера и производители изделий из кожи, в частности фирма H. J. Cave and Sons, самая престижная и дорогая марка багажа в Великобритании.



Внешний вид и ресторан отеля «Савой», примерно 1900 год

H. J. CAVE & SONS,
 AWARDED FIRST PRIZE MEDAL, NORTHAMPTON
 SILVER MEDAL, PARIS, 1867. EXHIBITION OF LEATHER WORK, 1873.

RAILWAY BASKET, PORTMANTEAU, TRUNK, AND TRAVELLING BAG MAKERS.
 By Special Appointment to H. R. H. the Princess of Wales.

CAVE'S RAILWAY BASKET. CAVE'S "ROYAL VICTORIA" QUINQUEPARTITE EXPANDING BASKET. CAVE'S BONNET TRAY IMPERIAL. CAVE'S SOLID LEATHER TURNOVER PORTMANTEAU. CAVE'S SMALL PORTMANTEAU (To go under Railway Seat).

ENGLISH AND FOREIGN BASKET WAREHOUSE.
 ALL KINDS OF WICKER, CANE, AND OTHER FLOWER STANDS, CHAIRS, SCREENS, FLORAL FENDERS, &c., MADE TO ORDER.

CAUTION.
 CAVE v. MYERS, & CAVE v. MYERS & KEEN.—IN CHANCERY.
 These were motions for Injunctions to restrain the Defendants, Michael Myers, and afterwards his successors, Rosetta Myers and Henry Keen, from representing their Shop in Wigmore Street as Cave's. Evidence having been given of numerous instances in which customers of the Defendants had been misled, the Injunctions were granted with costs. Intending Customers are warned to note the right Address,
40, WIGMORE STREET, LONDON, W. (REMOVED FROM 74, 75 & 76.)
 Illustrated Catalogues Free by Post for Two Stamps.

Реклама H. J. Cave and Sons

Вдохновленный тем, что он видел, Гуччо преисполнился решимости в не очень далеком будущем добиться успеха там, где потерпел поражение его отец, и открыть собственную компанию по производству изделий высокого качества из кожи.

«Однажды, — как он предположительно сказал, — на чемоданах, похожих на эти, будет стоять мое имя».

С новым пониманием того, каким должно стать дело его жизни, Гуччо вернулся во Флоренцию

в 1902 году. Поработав недолго в торговле антиквариатом, он прошел обучение и начал работать как мастер по изготовлению изделий из кожи на престижную компанию Valeria Franzi, которую предпочитали богатые люди, включая аристократов и королевских особ. Именно в этой компании Гуччо научился мастерству и отточил свой творческий талант, создавая потрясающие чемоданы. Так он проработал более 15 лет. Время шло, и он начал придумывать собственные модели и создавать изделия из кожи, что подтолкнуло его к исполнению давнего намерения открыть собственный бизнес. К этому моменту Гуччо уже почти 20 лет был женат на швее Альде Кальвелли. У пары родились дочь и три сына, четвертый сын умер еще ребенком. Гуччо также усыновил сына Альды от предыдущих отношений. Однажды воскресным днем в начале 1921 года, прогуливаясь с женой по Флоренции, Гуччо обратил внимание на маленький магазин, который сдавался в аренду на Виа делла Винья Нуова, боковой улице между оживленной улицей Виа Турнабуони и площадью Гольдони на берегу реки Арно. Неужели нашел? Неужели он наконец откроет собственный магазин в этом помещении? Обсудив этот вопрос с женой, Гуччо решил, что место найдено. Используя собственные сбережения и деньги, взятые в долг у знакомого, он основал La Casa Gucci (Дом Gucci) и открыл свой первый магазин. Таким было весьма скромное начало предприятия, которому суждено было стать международным многомиллиардным модным брендом. В то время, разумеется, никто не мог предсказать, насколько могущественным станет однажды Дом Gucci.

Первыми покупателями были в основном наездники, заходившие в поисках кожаных

аксессуаров. В те времена конный спорт считался элитарным, и богатые наездники Флоренции быстро признали качество товаров Гуччи. Гуччо не терпелось расширить клиентскую базу. Он сам стремился к элегантности и стилю, поэтому всегда выглядел безукоризненно в рубашках из тонкого полотна и идеально отутюженных костюмах. В классическом дизайне его товаров были заметны одновременно влияние Лондона и мастерство местных тосканских мастеров. Роскошные чемоданы, сумки, сундуки и принадлежности для верховой езды были уникальными. Гуччо надеялся привлечь эксклюзивную клиентуру, импортируя немецкие и английские предметы багажа в дополнение к товарам собственного производства. Рассчитывая на богатых жителей Флоренции, буржуазию и аристократов, Гуччо смог обустроить маленькую мастерскую позади магазина и нанять умелых мастеров, чтобы они изготавливали товары на заказ. Нанятые им люди были в большей степени художниками, чем ремесленниками. Они создавали сумки высокого качества из телячьей кожи и замши, а также чехлы для подзорных труб и чемоданы, вдохновленные сумками Gladstone, которые Гуччо видел в Лондоне, когда работал в «Савое». Также в мастерской изготавливали автомобильные сундуки для одежды, коробки для обуви и портпледы для постельного белья (в те годы представители высших классов всегда путешествовали со своим постельным бельем, когда отправлялись на отдых). Хотя Гуччо создал мастерские для промышленного производства — на него теперь работали 60 мастеров, — он придерживался традиционных ремесленных навыков. На

Гуччи работали те, кто освоил базовое флорентийское мастерство кожевника и был особенно внимателен к искусству отделки. Расширив производство, Гуччо смог использовать машинный пошив.

Гуччи чудом избежал банкротства в середине 1920-х годов. Одновременно поставщики, выдавшие ему кредит, когда он только начинал бизнес, потребовали выплатить им деньги, а покупатели не оплачивали счета. Фирма едва не пошла ко дну, но в конечном итоге бренд достиг процветания. Дела пошли настолько хорошо, что Гуччо открыл второй магазин во Флоренции на Виа дель Парионе еще до конца 1920-х годов. Линейка кожаных сумок для путешествий от Гуччи была высочайшего качества, и англофил Гуччо продолжал вдохновляться классическими британскими дизайнами и производством. На заре 1930-х годов Дом Gucci стал модным местом, где покупали изделия из кожи и товары для верховой езды. Клиенты приезжали за покупками даже из-за границы. К этому времени Гуччо и его команда расширили ассортимент, предлагая перчатки, обувь, ремни и дамские сумки. Что касается дамских сумок, Гуччо оказался своего рода провидцем, понимая, что в 1930-х годах женская часть населения становится все более эмансипированной. Первую женскую сумку он выпустил на рынок в 1937 году. Хотя товары, связанные с верховой ездой, постепенно исчезали из продажи, Гуччо не расставался со своей любовью к этому стилю, что нашло отражение в его дизайнах и стало его торговым знаком, фирменной визитной карточкой Дома Gucci...

ОТЕЦ, СЫНОВЬЯ И ЗНАКОВЫЕ ТОВАРЫ

«Альдо был значительной личностью.

Без его видения Gucci почти наверняка остался бы магазинчиком на задворках Флоренции».

ПАТРИСИЯ ГУЧЧИ, ДОЧЬ АЛЬДО

С самого начала Дом Gucci был семейным бизнесом. Альда Гуччи, в прошлом швея, много помогла мужу в первые годы, тогда как дочь Гримальда, сыновья Альдо, Васко и Родольфо, а также пасынок Уго помогали в магазинах с достаточно раннего возраста. Тем не менее именно Альдо, родившийся в 1905 году и старший из биологических сыновей Гуччо, проявил к бизнесу наибольший интерес. В 16 лет он начал работать неполный день в первом магазине отца во Флоренции на Виа делла Винья Нуова. Он доставлял покупки клиентам на повозке, запряженной лошадью, подметал пол и убирал помещение. Четыре года спустя он начал работать полный день, как только получил диплом по экономике в престижном колледже Сан-Марко во Флоренции. Полностью посвятив себя бизнесу, он вскоре показал себя умелым продавцом, талантливым дизайнером, ловким бизнесменом и гением маркетинга. К началу 1930-х годов он стал правой рукой отца.

События, происходившие за пределами мира товаров из кожи, поставили бизнес перед новыми вызовами. После того как войска итальянского лидера фашиста Бенито дуче Муссолини вошли в Эфиопию в 1935 году, Лига Наций наложила на страну санкции, которые нанесли серьезный ущерб импорту кожи, так как 52 страны отказались торговать с Италией. Это заставило Гуччо, в ужасе представившего, что история повторяется и его бизнес окажется под угрозой, как в свое время бизнес отца, придумать выход. Покупая столько кожи, сколько было возможно, у итальянских кожевенных заводов, Гуччо начал экспериментировать с другими материалами для сумок. Он использовал в производстве рафию, дерево, льняную ткань и джут, чтобы уменьшить содержание кожи. Что самое важное, он использовал особое конопляное полотно, которое по-итальянски называется «канапа» (сапара). Ткань была прочная, но при этом легкая, и вскоре она стала фирменным материалом Гуччи, особенно когда у марки появился первый собственный принт. Он представлял

собой узор из мелких темно-коричневых ромбов, соединяющихся между собой, на желто-коричневом фоне.

Принт известен как Diamante, и он стал первой официальной эмблемой Дома Gucci.

Альдо тем временем путешествовал по Италии и по другим европейским странам в поисках возможностей распространить бренд Gucci на другие итальянские города и даже за океан. Гуччо был категорически против, предпочитая держаться ближе к дому. Но настойчивость Альдо в конечном итоге принесла свои плоды, и в сентябре 1938 года первый магазин Gucci открылся в Риме на шикарной Виа Кондотти в грандиозном историческом здании, известном как Палаццо Негри (Palazzo Negri). Первые два этажа быстро стали территорией Gucci со сверкающими стеклянными дверями и ручками из слоновой кости в виде горки оливок. Они были точной копией ручек на дверях магазина на Виа делла Винья Нуова во Флоренции. Интерьер магазина был очень стильным, с большими стеклянными витринами, в которых были выставлены товары Gucci во всей красе.

Когда в сентябре 1939 года началась Вторая мировая война, Гуччо помогал поддерживать итальянскую пехоту, отдав часть фабрики под производство сапог. Его холщовые сумки были популярны у милиции.

Во время войны сыновья Гуччо Васко и Родольфо присоединились к семейной фирме. Васко после недолгого пребывания в армии следил за фабрикой во Флоренции и производством обуви для военных нужд. Что касается Родольфо,

то его карьера кинозвезды застопорилась, и он спросил отца, даст ли тот ему возможность заниматься делами фирмы. Гуччо никогда не радовался тому, что младший сын покинул Дом Gucci ради легкомысленного мира кино и сменил свое имя на звездный псевдоним Маурицио Д'Анкора, и сомневался, стоит ли это делать. В конце концов, Альдо убедил его позволить блудному сыну вернуться в семью. Он считал, что, когда бизнес снова возобновится после войны, им пригодится еще одна пара рук. А что может быть надежнее семьи?

Сразу после войны компания Gucci предложила несколько фирменных вещей, ставших впоследствии классикой. Считается, что сумка с ручкой из бамбука, поначалу известная под кодовым номером «0633», впервые увидела свет в 1947 году, но точная дата неизвестна. Бамбук начали использовать как материал после запрета импорта кожи в Италию. Автором сумки называют Альдо. В ее основе дизайн с кожаной ручкой, который он увидел в Лондоне. Пытаясь найти материалы, чтобы заменить кожаную ручку в конце Второй мировой войны, мастера Gucci обнаружили, что можно использовать японский бамбук, обработанный уникальным (и запатентованным) методом. Покрытые лаком бамбуковые ручки, которым вручную придавали форму над огнем, обеспечивая им необычный, никогда ранее не встречавший вид, стали синонимом Gucci. Сама сумка имела форму седла.

В 1949 году Альдо открыл для себя свиную кожу и начал использовать ее на производстве. Он нашел ее среди кож на торговой ярмарке в Лондоне. Ему сразу понравился натуральный имбирный цвет обработанной кожи.

Но он потребовал, чтобы кожевник, шотландец по фамилии Холден, окрасил некоторые кожи в яркие цвета, такие как синий и зеленый. Холдена просьба удивила, но он согласился это сделать.

«Он представил мне шесть кож разных цветов, — вспоминал Альдо. — Он покачал головой со словами: «Решать вам, но мы думаем, что они ужасны»».

Но Альдо так не думал, и из этих кож сшили сумки, создав еще один культовый модный товар от Gucci.

В 1953 году Альдо создал фирменные лоферы Horsebit, включив в дизайн обуви металлическую фурнитуру, напоминающую удила, тем самым отдав дань наследию Gucci. Хотя Гуччо уже продавал прекрасные кожаные туфли с металлическими «удилами» в 1930-х годах, Альдо придумал новый дизайн и сделал его более изящным. В том же году обладавший множеством талантов Альдо предложил новый вариант принта Diamante, придумав логотип GG, вдохновленный инициалами отца. Логотип стал одним из самых знаменитых и мгновенно узнаваемых в мире, обеспечив бренду признание во всем мире и умножив его успех. Рыцарский крест Гуччи на щите в окружении ленты с фамилией семьи также иногда добавляли в дизайн тканей, тогда как брелоки с крестом прикрепляли к чемоданам и дорожным сумкам.

Фирменная полоска Gucci — зеленая, красная, зеленая — в виде отделки из твила стала еще одной классикой Gucci в начале 1950-х годов. Ее также придумал Альдо. Как и в случае с лоферами Horsebit, вдохновение пришло из мира

верховой езды. Трехцветная лента напоминала итальянскую подпругу, удерживающую седло. Цвета были выбраны так, чтобы представлять охотничьи цвета Британии — красный и зеленый, вызывая в памяти еще больше аристократических ассоциаций, таких как ленты для военных медалей и шарфы частных школ. Ленту добавили на сумки, ремни, бумажники, обувь и многие другие товары. Она до сегодняшнего дня остается каноническим логотипом Gucci.

Примерно в это же время Альдо начал увековечивать миф о том, что Гуччи являются потомками знатных седельщиков, поставщиков при средневековых королевских дворах. Это не было правдой, как рассказала Гримальда Гуччи в 1987 году, желая восстановить истину. Но правдой был первый рекламный слоган Gucci, придуманный примерно в это время, — *«Качество помнится долго после того, как забыта цена».*

Пройдя обучение в магазинах Флоренции, в 1951 году Родольфо открыл первый магазин Gucci в Милане на Виа Монтенаполеоне, самой элитной улице города. Позже, в этом же году, Гуччо и трех его сыновей пригласили в Нью-Йорк, чтобы они показали свои коллекции небольшому собранию европейских и американских байеров. Отец остался дома, тогда как «мальчики» пересекли океан. Модная публика и журналисты были без ума от бренда, им нравились качество и стиль товаров Gucci.

В результате амбициозный Альдо попытался продать идею открытия магазина в Нью-Йорке. Гуччи-старший с этим не согласился, заявив, что он достаточно старомоден, чтобы считать лучшими овощи из собственного огорода!