

СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ БРЕНДА «GUCCI» КАК ДОМ МОД

Расулова Нигора Гиясовна

Технологический институт YEOUJU в

Ташкенте

Студентка второго курса

Азимова Фатима Расулбековна

Руководитель курса дизайна одежды в YTIT

f.azimova@ytit.uz

Аннотация: *История Дома «GUCCI» полна интересных и загадочных событий и обстоятельств, достойных великих земляков династии Медичи и Борджиа. За почти сто лет своего существования Дом «Gucci» превратился в настоящий колосс моды, подлинную fashion-империю, которая знала времена расцвета и забвения. Сейчас трудно себе представить, что бренд, который ассоциируется прежде всего с гламуром и шиком аристократии, была создана простым итальянским шорником, поначалу мастерившим кошельки и чемоданы.*

Ключевые слова: *аксессуары, изделия, кожа, украшения, костюмы, бутик, компания, семья, прет-а-порте, мода, дизайн, стиль, логотип, конфликты, разногласия.*

Гуччо Гуччи - является основателем компании, родился в 1881 году во Флоренции в семье итальянского ремесленника. Его отец торговал соломенными шляпками собственного изготовления. Когда Гуччо исполнилось 23 года, в 1904 году он открыл собственную мастерскую по производству конной упряжи, которую назвал «Дом Гуччи». К сожалению, «Дом Гуччи» просуществовал недолго. Молодой человек покинул страну. Поскольку все мужчины рода Гуччи отличались вспыльчивым и вздорным характером, самой вероятной причиной отъезда была ссора с отцом. Обосновался Гуччо в Лондоне, где более десяти лет работал в отеле «The Savoy», сначала носильщиком, а затем коридорным и лифтером. Именно тогда молодого итальянца посетила мысль, что чемоданы и сумки путешествующего человека подчеркивают его статус и определяют принадлежность к касте.

В 1921 году Гуччи возвратился в Италию и женился. На заработанные в Англии 30 тысяч лир он вновь открыл мастерскую, а через год - магазин, в котором стали продаваться его изделия: конская сбруя, одежда для жокеев, чемоданы. Все это было сделано из кожи самого высокого качества с изысканностью, присущей средневековым мастерам. Лучшие наездники Европы предпочитали выступать в костюмах от «Gucci», и вскоре компания получила известность по всей Европе. В семье «Gucci» было шестеро детей. Подросшие сыновья: Альдо, Уго, Васко и Родольфо помогали отцу в работе.

В 1923 г. он берется за изготовление украшений из кожи для «золотой» флорентийской молодежи. Причем мастера интересовал не столько сам продукт, сколько свой, пока не созданный, логотип. В 1933 году старший сын Альдо придумал фирменный знак из двух переплетенных букв G. Две переплетающиеся буквы G стали для Гуччи не просто удачной находкой, но еще и талисманом, принесшим ему мировую славу и богатство. Успех украшений, созданных под маркой «La Gucci Vita», был настолько ошеломляющим, что заказы на кожаные изделия буквально посыпались на мастера. А спустя несколько лет на территории Италии появилось множество бутиков кожаных изделий с фирменным знаком, который постепенно превращался в легенду.

В 1937 году мастерская превращается в небольшую фабрику и начинается выпуск дамских сумок, чемоданов и перчаток.

В 1938 году в Риме на самой престижной улице — Via Condotti — открылся бутик Гуччи. Несмотря на приближающуюся войну, Гуччи процветали и как ни в чем не бывало продолжали создавать вещи для «золотой» молодежи. Они получили заказ от самого Муссолини на оформление одного из его палаццо. В начале 1940-х годов магазины Гуччи открылись по всей Италии.

Если своим созданием фирма обязана Гуччо, то процветание и всемирную известность ей обеспечил его сын Альдо. Благодаря ему, ассортимент фирмы дополнился легендарными шелковыми шарфами и галстуками, а позже часами. Культовая сумочка с бамбуковой ручкой своим появлением обязана также идеям Альдо и недостатку кожи, который остро ощущался в военное время. Именно он предложил изготавливать сумки из льна, джута и пеньки. В начале 1940-х годов Альдо - первый из европейских производителей - отправился за океан, и Америка не устояла перед очарованием роскоши Гуччи.

Успех компании еще один Гуччи - Родольфо - объяснял так: «Семья была компанией, а компания была семьей». Он стал довольно успешным киноактером, снимавшимся под псевдонимом Маурицио де Анкоре в итальянских фильмах 1930—1940-х годов. Однажды его партнершей была культовая личность кинематографа - Анна Маньяки. После войны Родольфо покинул мир кино и вернулся в отцовскую фирму. Может быть, и поэтому голливудские звезды так любили облачаться в одежду от Гуччи, ведь один из членов семьи досконально знал все вкусы и тайные желания актеров. Ингрид Бергман, Одри Хепберн, Грейс Келли, Питер Селлерсте знаменитости, которые сделали популярными марку Гуччи. В фильме «Римские каникулы» головку Одри покрывает фирменный шелковый шарф, а танцует она в мокасынах от Гуччи. Сумочка через плечо, которую носила Жаклин Кеннеди, получила в народе название «Джеки-О!». Лицом Гуччи, несомненно, была американская актриса и очень красивая женщина — Грейс Келли. На ее свадьбе с принцем Монако каждый из гостей получил в подарок, шарф от Гуччи, а компании Гуччи присвоили официальный статус поставщиков королевского двора.

После смерти Гуччо в 1953 году основанное им дело перешло к его сыновьям Альдо и Родольфо, каждый из которых получил по 50% долей компании. Альдо переехал из Италии в США, где смог расширить дело, открыв магазины в Нью-Йорке, Лондоне и Париже, а затем, в конце 1960-х, — в Гонконге, Токио и Сеуле.

Альдо Гуччи расширил интересы компании, заключив соглашение с компанией American Motors: автомобиль Hornet 1972 года, укомплектованный фургоном Sportabout, стал одним из первых американских автомобилей, выпускавшихся в специальной комплектации, созданной дизайнером из мира моды. Салон был обшит бежевой тканью в зелёную и красную полоску с логотипами «Gucci», цвет кузова был специально подобран согласно дизайнерскому решению.

В 1977 году Альдо назначил своего сына Паоло вице-президентом и главным управляющим Gucci Shops Inc и американским подразделением по производству парфюмерии Gucci Parfums. Благодаря ослабшему вниманию со стороны брата, жившего в Италии, основной контроль над управлением парфюмерным подразделением перешёл к его семье, в то время как у Родольфо остался пакет лишь в 20% акций.

В 1978 году Паоло, желавший модернизировать и расширить производство, был отстранён от работы в итальянском подразделении, т.к. Родольфо желал сохранить эксклюзивное производство «ручного» качества, что привело к открытому конфликту между дядей и племянником. В конце 1970-х годов серия неверных деловых решений и семейные ссоры практически привели компанию к банкротству. В 1979 году Альдо, желая поддержать парфюмерную линию Gucci Parfums, запустил линию Gucci Accessories Collection, включавшую в себя такие мелкие аксессуары, как косметички, ручки и зажигалки, которые стоили гораздо дешевле, чем основные аксессуары, выпускавшиеся компанией.

Товары линии Gucci Accessories Collection расходились куда лучше, чем более дорогая продукция фирмы и этот факт стал одним из основных причин упадка: процент продаж эксклюзивных изделий упал, в то время как множество магазинов наводнили дешёвые мелочи от «Гуччи».

В начале 1980-х Паоло Гуччи захотел выпускать продукцию под своим собственным именем. Для того, чтобы отвоевать себе это право, ему пришлось обратиться в суд. В ответ Альдо уволил сына со всех занимаемых им постов, после чего Паоло сообщил в налоговую службу США о финансовых махинациях своего отца. В результате, в 1986 году Альдо Гуччи был признан виновным в использовании офшорных компаний для сокрытия прибыли и уклонении от уплаты налогов на сумму в 7 миллионов \$ и был приговорён к тюремному заключению на срок 1 год.

После смерти Родольфо, принадлежащая ему доля в компании перешла к его сыну Маурицио (итал. Maurizio Gucci), что вылилось в очередной конфликт между двумя ветвями семейства. Маурицио вместе с Паоло, сыном Альдо, решил увеличить своё влияние в Совете директоров компании и образовал для этого отделение

лицензирования Gucci Licensing в Голландии. После того, как остальное семейство покинуло компанию, впервые за последние годы лишь один человек стоял у руля компании Gucci. Маурицио прекратил семейные разногласия, которые рвали компанию изнутри, и решил искать другие таланты во имя будущего Gucci.

Изменения в компании, произошедшие в конце 1980-х годов, сделали Gucci одним из самых влиятельных и прибыльных модных домов в мире. В октябре 1995 года компания стала публичной и выпустила акции на AEX и NYSE по \$22 за каждую. 1997 год также оказался весьма удачным для компании, так как ею была приобретена часовая компания Severin-Montres, переименованная впоследствии в Gucci Timepieces.

В 1989 году Маурицио Гуччи убеждает Доун Мело (англ. Dawn Mello), известную воскрешением популярности магазина New York's Bergdorf Goodman в 1970-х, присоединиться к реструктурированной Gucci Group в качестве исполнительного вице-президента и креативного директора. Gucci America возглавил юрист Доменико де Соль (итал. Domenico De Sole), помогавший Маурицио в реструктуризации компании в 1987-1989 годах.

Для дома Гуччи работали модельеры Джофри Бин и Келвин Кляйн, в 1990 году по настоянию Доуна Мело для создания коллекций женской одежды был приглашён молодой и практически неизвестный Том Форд, до того два года проработавший для компании Перри Элис.

Начало 1990-х стали худшими годами в истории компании. Благодаря действиям Маурицио снизились темпы продаж аксессуаров, до того приносившие лишь в США 110 миллионов долларов ежегодно. Компания терпела убытки и была на грани банкротства, всё это вызывало недовольство у руководства Gucci America и акционеров Investcorp — через несколько лет большинством голосов управляющие отстранили Маурицио от руководства. В августе 1993 года он был вынужден продать свою долю в семейном бизнесе компании Investcorp.

Менее чем через год после ухода Маурицио, Доун Мелло вернулась в Bergdorf Goodman. Том Форд, ставший креативным директором, захотел создать совершенно новый стиль компании, и Доменико де Соль, теперь занявший должность президента и главного исполнительного директора Gucci Group NV, в этом его поддержал.

При Гуччо предприятие было единым целым, но после его смерти дети и внуки ввязались в затяжные и дорогостоящие имущественные споры, на которых нажились виднейшие юристы страны. Проявлений злобы и мстительности, сопровождавших эти споры, сегодня стыдится не только само семейство, но и вся Италия. Вражда достигла пика, когда бывшая жена внука Гуччио, Маурицио, задумала его убийство. Как-то она обмолвилась при экономке, что охотно избавилась бы от бывшего мужа. Такие слова — бесценный подарок для мошенника, затаившегося в ожидании удачного случая, и предприимчивая экономка его не упустила. Вскоре Маурицио был застрелен прямо на крыльце своего офиса, а его бывшая супруга стала объектом шантажа. С ветвью

Маурицио было покончено. Имя и компания Gucci перешли в чужие руки, а жена покойного надолго угодила за решетку: ее приговорили к двадцати шести годам тюремного заключения.

В 2003 году, Том Форд и Доменико Де Соль решают покинуть Gucci Group. Последнее шоу Форда для Gucci было возвращением к корням его первой успешной коллекции — к культуре знаменитости. На рекламных принтах отображались модели в гладких, простых платьях, вдохновленные гламуром звезд немого кино 1920-х. Форд повысил ценность доступной одежды прет-а-порте и использовал такие экзотические материалы, как кожу аллигатора и свиную шкуру. Его коллекция для Yves Saint Laurent последовала после лидера предыдущего сезона в женской одежде от Gucci с форменными кимоно и азиатскими платьями и с классическими смокингами и куртками в мужской коллекции.

Объявление о его уходе из компании сопровождала полная продажа многих вещей в нью-йоркских магазинах, а списки ожидания его последних аксессуаров были сформированы всего в течение нескольких дней после показа коллекции в Милане. В 2005 году Том Форд начал разрабатывать дизайн линии косметики для Estee Lauder и спланировал свою собственную линию прет-а-порте и аксессуаров под лейблом Tom Ford.

После ухода Форда Gucci Group удержала дизайнеров для продолжения успеха главного лейбла компании — Алессандру Факкинетти (итал. Alessandra Facchinetti) и Фриду Джаннини (итал. Frida Giannini), которые работали под креативным руководством Форда. Факкинетти выросла в должности до Креативного директора женской одежды в 2004 году и занималась дизайном в течение двух сезонов до своего ухода из компании после управленческого конфликта. Рэй занимал должность креативного директора мужской одежды в течение трёх лет до своей отставки в январе 2006 года. 32-летняя Джаннини, бывшая ответственной за разработку мужских и женских аксессуаров, в настоящее время занимает должность креативного директора целого бренда. Коллекция Джаннини весны 2006 года была восхвалена за свою цветовую гамму и энергию, впервые после сезона Форда 1995 года воссоздавая ажиотаж вокруг прет-а-порте от компании. Коллекции Джаннини с тех пор ушли от эротических образов Форда 1990-х.

В январе 2015 года стало известно о внезапной отставке Джаннини с должности креативного директора (на месяц раньше установленного контрактом срока и за неделю до показа мужской коллекции 2015 года). Её преемником стал Алессандро Микеле.

На сегодняшний день Модный дом «Gucci» выпускает не только обувь, сумки, одежду ready-to-wear, но и парфюмерию - словом, все, что необходимо для среднестатистического потребителя из высшего света. «Gucci» — итальянский дом моды, производитель одежды, парфюмерии, аксессуаров и текстиля. Принадлежит французскому конгломерату Kering и является второй крупнейшей по объемам

продаж компанией-производителем модных товаров после LVMH. На данный момент «Gucci Group» принадлежит 100% доля одежды и часов Gucci, [YSL](#) и [Sergio Rossi](#) и др. фирм. Фирма также занимается благотворительностью. Например, 25% средств с продажи футболок и аксессуаров GG Flag уходят на помощь бедным семьям в странах Азии. Компания также основала проект «Chime for Change», который помогает женщинам избежать насилия, получить образование, поправить здоровье и в прочих тяжелых ситуациях.

Сегодня бренд «Gucci» остается одной из наиболее влиятельных и авторитетных в мировой fashion индустрии. Костюм «Gucci» или галстук «Gucci» звучат почти как волшебное заклинание для тех, кто может позволить себе приобрести какую-либо вещь этого всемирно известного бренда.

ЛИТЕРАТУРА:

1. [С.Форден](#). Дом Гуччи. Сенсационная история убийства, безумия, гламура и жадности. 570 стр. 2020.
2. [Gucci: A History Lesson // wwd.com](#)
3. [Gucci - The Brand Story // bagista.co.uk](#)
4. [История бренда Gucci // soberger.ru](#)