Гуччио Гуччи. Биография

«Костюм от Гуччи», «галстук от Гуччи» — звучит как магическое заклинание. Ведь Gucci — это не только известное имя в мире моды, это своеобразный символ принадлежности человека к высшему обществу.

Гуччио Гуччи родился в 1881 году в семье простого флорентийского кожевника. В поисках лучшей жизни молодой человек покинул нищую Италию и переехал в Лондон, где ему удалось устроиться на работу в шикарный отель Savoy. Будущий законодатель мировой моды получил место коридорного, а затем лифтера. Можно сказать, что своим будущим он обязан годам работы в отеле. Его нисколько не смущает этот род занятий, ему нет никакого дела, что многие считают его «мистером подай-принеси», ведь у него есть возможность любоваться шикарно одетыми людьми из элиты общества круглыми сутками. В 1921 году Гуччи стал «слишком стар» для этой должности. Он потерял работу и оказался перед необходимостью начать жизнь сначала.

За годы работы он скопил 30000 лир — смешные деньги для Лондона, но огромные для Италии. Эти средства позволили ему открыть мастерскую по производству кожаных чемоданов и сбруи, а также скромный магазинчик по адресу Via della Vigna Nuova 7, позже ставшему известным всей Европе.

Конская упряжь была первым успешным товаром — именно на этом поприще компания и сделала себе имя. Аксессуары, изготовленные мастером из Флоренции, очень быстро стали символом качества. Интересный факт — мастер больше переживал за конечный вид логотипа, нежели за получающийся аксессуар. В «муках поиска был рожден» вензель из двух переплетающихся букв G.

«Как вы судно назовете, так оно и поплывет» — это именно про Гучи. Успех украшений был настолько ошеломляющим, что заказы на кожаные изделия посыпались на мастера, словно из рога изобилия. Спустя пару лет на территории Апеннинского полуострова появилось множество бутиков кожаных изделий с фирменным знаком. Не трудно догадаться, кому они принадлежали. В 1938 году к делу отца Гуччио Гуччи присоединяются четверо его сыновей: Альдо, Уго, Васко и Рудольфо, и, как это часто бывает в Италии, дело становится семейным. К концу 1930-х годов брэнд Gucci прочно ассоциировался в сознании европейцев с «красивой жизнью». Постепенно ассортимент изделий Gucci расширяется. Так, появляются галстуки и платки от Альдо Гуччи (Aldo Gucci).

В годы войны Гуччи, как ни в чем не бывало, продолжает создавать предметы роскоши. Правда, компания страдала от перебоев с поставками кожевенного сырья, поэтому под маркой Gucci появились товары из пеньки, льна, джута и бамбука. Впрочем, нет худа без добра — с новыми материалами был связан очередной взлет: в 1947 году небольшая кожаная сумочка с изогнутой бамбуковой рукояткой стала неизменной спутницей голливудской актрисы Грейс Келли.

Грейс Келли оказалась верной почитательницей таланта Гучо Гуччи и на долгое время стала лицом его компании. Специально для нее Гуччи придумал немало аксессуаров, в том числе легендарный шелковый шарф. Когда Грейс Келли стала княгиней Монако, Гуччи получил статус официального поставщика княжеского двора.

Слава растет со скоростью света. И если раньше поклонниками «G» были исключительно авангардные плейбои, то теперь к ним присоединились звезды кино и шоу-бизнеса. Вещи от Gucci прочно закрепляются в сознании общественности как символ богатства, обеспеченности и принадлежности к «великим мира сего».

В 1953 году Гуччио Гуччи открыл первый магазин на Манхеттене, став одним из первых итальянцев, шагнувших на американский рынок высокой моды. В том же году, едва успев вкусить всемирный успех своего детища, основатель компании умер. Дом моды перешел по наследству четырем сыновьям Гучо — Альдо, Васко, Уго и Родольфо, которые поначалу успешно продолжили дело отца. Компания открыла магазины в Париже, Лондоне, Токио.

В этот период самой популярной моделью Gucci оставалась легендарная сумочка с бамбуковой ручкой, у которой в Америке даже появилось свое название — после того как Жаклин Кеннеди сфотографировалась с ней на плече, сумочку прозвали «Джеки-О!». Не менее популярными были мокасины с фирменным знаком Gucci (любимая обувь Джона Кеннеди), а также пряжки, галстуки, шарфики. В 1960-м марка Gucci была одной из самых, если не самой популярной в мире высокой моды. Злые языки утверждали, что успеху Дом обязан пиару со стороны четы Кеннеди. Это было время наивысшего расцвета компании Гуччи.

Затем начался медленный спад. Сыновьям Gucci, как это часто бывает в семейных компаниях, было очень трудно прийти к единому мнению по вопросам развития бизнеса.

К концу 1980-х годов акциями дома Gucci владели лишь два внука Гучо Гуччи. В 1989 году одному из них — Маурицио Гуччи удалось выкупить долю брата и, таким образом, приобрести контроль над компанией. Однако символами голливудского шика в этот период являются Коко Шанель и Карл Лагерфельд. Маурицио стремился возродить былую славу марки Gucci, но ему катастрофически не хватает денег. Он принял решение найти стороннего инвестора. В качестве такового выступила зарегистрированная в Бахрейне компания Investcorp. В течение 1987 — 1989 годов инвесторы выкупили 50% акций компании, и в руководстве Gucci впервые появились люди с другой фамилией.

В конце 1980-х компания увлеклась франчайзингом: основным предметом торговли стала сама марка Gucci, которая практически неконтролируемо передавалась продавцам и производителям одежды и аксессуаров по всему свету, в первую очередь в Азии. Магазины под маркой Gucci, не имеющие никакого отношения к самой компании, росли как грибы, конечно, в ущерб качеству. За четыре года Маурицио Гуччи убедился в том, что марка перестала быть той Gucci, которой была когда-то, и продал бахрейнским предпринимателям оставшиеся 50% акций. По словам журнала The Economist, «Маурицио был практически парализован бесконтрольным распространением марки». С тех пор в компании Gucci нет ни одного человека по фамилии Гуччи, а сам Маурицио погиб в 1998-м, как говорят, от руки своей бывшей жены.

В начале девяностых к руководству бывшей семейной фирмой приходит Доменико де Соле (Domenico de Sole), назначенный исполнительным директором, а главным дизайнером 1998-м году становится Том Форд (Tom Ford). Эти два человека возродили компанию Gucci, став живыми легендами современного модного бизнеса. Прежде всего, были выкуплены многочисленные лицензии, распроданные семьей Гуччи в 1980-х годах, и система управления компанией была перестроена согласно стандартам международного менеджмента. Были увеличены инвестиции в рекламу, коммуникационную политику компании и информатизацию производства. Технологическая база постоянно совершенствовалась за счет одного очень мудрого решения — сочетания старых традиций и современных технологий.

Де Соле понимал, что на фабриках, где трудятся кожевенных дел мастера в пятом-седьмом поколении, найти замену традициям невозможно, ведь именно это дает возможность поддерживать высочайшее качество товара. Поэтому была выработана практика сочетания старинных методов работы тосканских художников и ремесленников с компьютерными технологиями. Это позволило Gucci значительно увеличить объемы производства товаров из кожи без малейшего ущерба для качества продукции. Но без присутствия творческого элемента былую славу элитному бренду было бы не вернуть, каким бы гениальным ни было управление. И этот элемент был привнесен благодаря новому главному дизайнеру американцу Тому Форду. Всю молодость Том пытался «найти себя» и перепробовал множество профессий. Был он и моделью, и актером, снимавшимся в мыльных операх, и даже учителем. Но вскоре понял, что предназначение его жизни — творить моду.

Первая же коллекция, созданная Фордом, имела невероятный успех и принесла ему звание «лучшего мирового дизайнера года». Его стиль — будоражащий, взрывной, современный и чувственный — быстро завоевал обожание публики. Искусное смешение простоты и роскоши, с налетом сексуальности, стало своеобразным фирменным знаком всех творений Форда. Можно сказать, что он оживил подзабытую классику Gucci, искусно смешивая прошлое и настоящее. Вещи, создаваемые Томом Фордом, были пропитаны духом классического стиля Gucci, приверженного к роскоши и аристократической изысканности. Былое почитание бренда постепенно возвращалось, и Gucci вновь стало эталоном всего самого модного, символом элитарности и шика.

Молодой дизайнер Форд быстро «взбирается» по карьерной лестнице в великом агентстве моды «G»: начал он с модельера, затем был менеджером по дизайну, а в 1994 году, стал художественным руководителем. Том Форд отвечает за все новые линии, начиная от одежды, обуви, духов, часами, драгоценностями, шелковыми шарфами и заканчивая рекламной компанией и дизайном интерьеров для магазинов.

В 1995-96 гг. Форд удостаивается почетного звания модельера года. Примерно в это же время выходит коллекция, посвященная 70-м годам, выдержанная в сине-бежевых тонах. В 1997 году модельер возрождает моду на золотые украшения. В его ювелирных изделиях этот металл заиграл новыми оттенками, сочетаясь с темной одеждой. Именно в Доме Gucci разработали популярный ныне стиль «унисекс». Кроме того, Форд придумал модель костюма специально для людей, находящихся постоянно в разъездах. Том позаботился обо всех.

Акции Gucci начали расти. В 1996 году владельцы Investcorp решили, что цена акций компании достигла максимума, и продали большую часть остававшегося у них пакета.

В этот момент на сцене появляется новый игрок — французская группа Pinault-Printemps-Redoute (PPR), вторая после LVMH компания на рынке предметов роскоши, заинтересовалась набирающей вес маркой. Французы принялись скупать акции группы, которые находились в публичном обращении. В 1999-м пакет PPR достиг такой величины, что руководству Gucci пришлось заключить с французами долгосрочное соглашение о «стратегическом альянсе», которое предусматривало допэмиссию в пользу PPR. Тогда Pinault-Printemps-Redoute принадлежало 68% акций Gucci. Вторым крупнейшим акционером компании являлся банк Credit Lyonnais, которому принадлежало 11% акций. Средства PPR позволили Gucci закончить формирование пакета брэндов, который сегодня делает компанию одним из наиболее сбалансированных игроков на рынке высокой моды. К владениям Gucci добавились Roger & Gallet, Bottega Veneta, Bédat & Co, Stella McCartney и Balenciaga.

В 2004 год Дом Gucci вступил с оборотом в размере $3,2 млрд и чистой прибылью более $200 млн. Его постоянными клиентами являлись Дженифер Лопес, Том Хэнкс, Хелен Хант и Стинг. Дом Gucci стал столь прибыльным активом, что руководство PPR решило прибрать к рукам все акции компании.

В апреле 2004-го было объявлено, что PPR выкупает оставшиеся 30% акций Gucci за астрономическую для мира высокой моды сумму $8,9 млрд и становится единоличным владельцем компании. Вновь наступила эпоха перемен. Творцы взлета 1990-х годов — Форд и Де Соле покинули компанию, не сумев договориться с руководством PPR. Им на смену пришли Джакомо Сантуччи и Том Менденхолл, но и они не устроили новых хозяев. В конце октября эта пара была уволена, а новым дизайнером Gucci стал модельер Yves Saint Laurent Марк Ли. Ему досталось довольно беспокойное наследство, поскольку вслед за Фордом и Де Соле из компании ушли еще более десятка дизайнеров, включая одного из наиболее перспективных — Александра МакКуинна.

Сегодня Gucci Group является третьим по величине концерном в индустрии роскоши. Подобно легендарному царю Мидасу, который превращал в золото все, до чего дотрагивался, все, к чему приложил руку Gucci, превращается в предмет роскоши, даже набор инструментов для ремонта автомобилей. Это особый шарм, стиль и непревзойденная изысканность. Именно поэтому имя этого Модного дома на протяжении уже столетия остается одной из ключевых марок в мире высокой моды и дизайна. То, что Gucci — признанный лидер в мире моды класса «люкс», подтверждает также и титул «Компания года», ежегодно присуждаемый Европейской федерацией бизнес-прессы одной из четырех тысяч компаний-претендентов.