

LIBRIS

We know
books

MICUL GHID AL STILULUI

Gucci

Scurtă istorie a legendarei case de modă

KAREN HOMER



Introducere	06
Începuturi	12
Piese emblematice	22
Extindere globală.....	38
Tom Ford	50
Frida Giannini.....	80
Alessandro Michele	110
Un simbol cultural	142
Indice.....	156
Credite fotografice.....	160

Gucci

Termen polivalent de argou, bazat pe numele cunoscutei case de modă de lux, folosit cu sensul de OK/bun/grozav/minunat/proaspăt/etc. Inițial folosit în limbajul stradal, termenul a fost adoptat de mase... E minunat să fii „all Gucci”.

– *Dicționar Urban*

În anul 2021, Gucci a sărbătorit 100 de ani de când Guccio Gucci deschidea mult doritul magazin de marochinărie, sub același nume, în Florența, în 1921. De-a lungul unui secol, compania a depășit multe obstacole, reușind să se reinventeze de câteva ori și, mai mult decât să supraviețuiască, a înflorit.

În timpul celui de Al Doilea Război Mondial, problemele cu care s-a confruntat au fost de natură practică, lipsa materiei prime – pielea – forțând multe companii să se închidă. Gucci însă a continuat să caute și soluția lui ingenioasă – imprimarea modelului casei de modă pe stofă de cânepă – nu numai că i-a permis să își continue activitatea, dar a dat naștere unui design legendar. După moartea lui Gucci, în 1953, conducerea companiei a fost preluată de fiii acestuia, Aldo, Rodolfo și Vasco, și, o vreme, a înflorit, bucurându-se de creații noi, susținerea celebrităților, vânzări ridicate și expansiune globală. În anii șaptezeci și optzeci însă, când nepoții lui Gucci s-au implicat mai activ în companie, au apărut neînțelegeri și conflicte interne care au dus la complicații legale și aproape au falimentat compania.

PAGINA OPUSĂ: În cadrul prezentării de modă Gucci Resort 2019, Alessandro Michele își exprimă venerația față de imprimeul legendar Gucci „Diamante”, dându-i însă o notă personală.

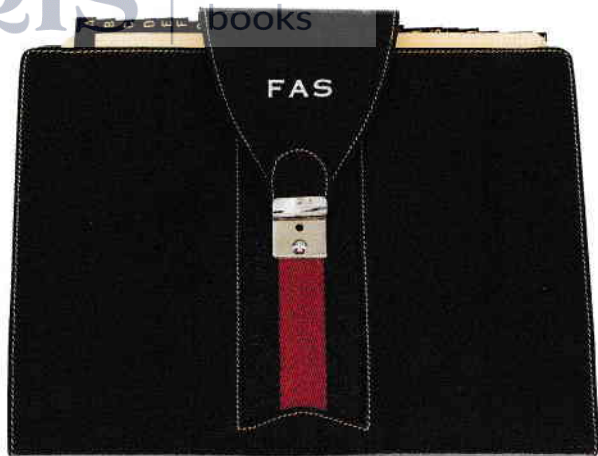


DREAPTA: În anii șaizeci, Gucci își extinde gama de produse adăugând parfumuri pentru bărbați și femei, o cale relativ accesibilă oricui de a se bucura de prestigiul firmei.

Anii nouăzeci au fost defnitorii pentru Casa Gucci, intrată în portofoliul băncii de investiții Investcorp. Brandul, aflat în declin, a angajat un designer tânăr, necunoscut, Tom Ford, în parte și pentru că nimeni altcineva nu era interesat. Alături de proaspătul CEO, Domenico De Sole, Ford a schimbat soarta companiei, aducând imaginii mai degrabă sobre, tradiționale a brandului o infuzie masivă de senzualitate și strălucire, făcând din sigla casei de modă, dublul-G, unul dintre cele mai râvnite simboluri de statut într-un deceniu caracterizat de hedonism. Ford a rămas alături de Gucci până în 2004 când, pe fondul zvonurilor privind neînțelegeri majore cu compania-mamă, a plecat să își lanseze propria companie.

Director de creație în următorul deceniu a fost designerul italian Frida Giannini. Deși perioada ei la conducerea companiei a fost criticată de mulți ca fiind mult prea tradițională și lipsită de imaginație, prezența ei calmă, echilibrată, dublată de o înțelegere nativă a clientelei Gucci, a permis brandului să reziste într-o perioadă caracterizată de instabilitate economică. Și este

DREAPTA: Agenda cu monogramă, care i-a aparținut lui Frank Sinatra, demontrează cât de prezent era brandul în rândurile personalităților artistice ale secolului douăzeci.



incontestabil faptul că Giannini a creat o serie de articole care au devenit clasice.

În 2014, brandul avea iar probleme, în parte din cauza schimbărilor din peisajul contemporan al modei, dar și din cauza influenței internetului și a rețelelor de socializare, care au schimbat radical felul în care moda ajungea la consumatori. A luat naștere un fenomen inedit, un fel de snobism inversat ce a condus la decăderea unor mărci de lux de pe poziția de simboluri de statut la care publicul aspira. Branduri de lux au fost nevoite să se reinventeze și, pentru Gucci, transformarea a purtat numele unui alt personaj relativ necunoscut, Alessandro Michele.

Extravagantul Michele directorul artistic al Casei Gucci din anul 2015 este, probabil, cel mai interesant creator de modă al vremurilor noastre. Geniul lui excentric este laudat nu doar de experți din industria modei, ci și de analiști ai stilului generației milenialilor și, desigur, de cumpărători. Talentul lui de a îmbina influențele istorice cu stilul urban, fluiditatea de gen a creațiilor și prezentărilor sale, alături de nivelul înalt de competență al echipei



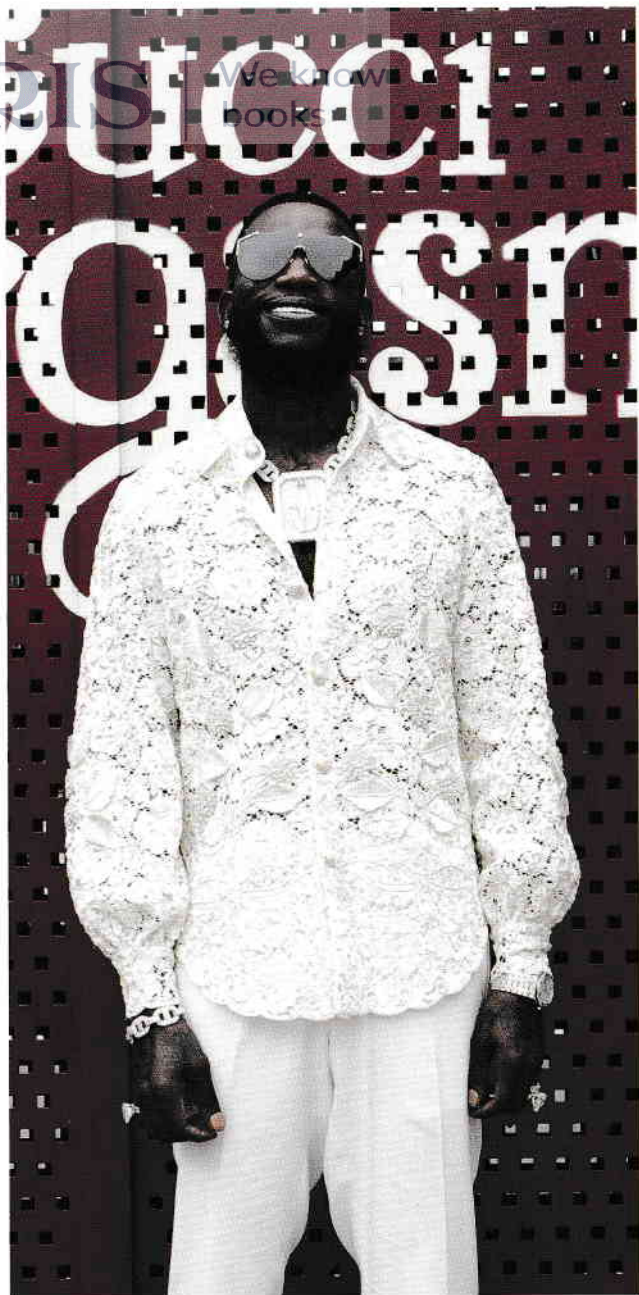
DREAPTA: Kendall Jenner purtând o curea Gucci „Marmont”, cel mai căutat produs în anul 2018, pe magazinul online Lyst.

sale de creație au permis Casei Gucci să atingă în modă apogeul faimei și al succesului financiar.

Visul inițial al lui Guccio Gucci fusese acela de a realiza genți de lux, din piele, pentru reprezentanții elitei sociale. Un secol mai târziu, imprimeul și logoul emblematice ale brandului pot fi văzute atât pe borseta unui star hip-hop sau pe cureaua unui model în timpul liber – noua elită socială –, dar și pe o geantă tradițională, pe brațul unui vlăstar european de viță nobilă. Deși pentru Gucci și urmașii săi trebuie să fi fost de neimaginat, brandul lor nu mai este rezervat aristocrației și ariviștilor – aparține acum generației Instagram.

LIBRI

We know
books



DREAPTA: Rapperul Gucci Mane la prezentarea Gucci primăvară/vară 2020, la Milano.

LIBRIS

We know
books

Începuturi

LIBRIS

We know
books



CUM A LUAT NAȘTERE UN BRAND LEGENDAR

Guccio Gucci s-a născut pe 28 martie 1881, în orașul toscan Florența. Tatăl lui a fost un tăbăcar și pălărier de un succes modest, dintr-o familie cu tradiție în prelucrarea pielii.

Cu toate acestea, ironic dacă ne gândim la succesul pe care va ajunge să îl cunoască, tânărul Gucci a spus nu afacerii de familie, preferând, în schimb, să părăsească Italia ca să călătorească și să lucreze în Europa. În fragedă tinerețe, s-a oprit mai întâi la Paris, apoi s-a stabilit câțiva ani la Londra, unde a lucrat la hotelul Savoy, pentru început ca ajutor de ospătar, ajungând, în timp, să ocupe respectata poziție de șef de sală. În perioada în care a lucrat la hotelul Savoy, Gucci a avut de-a face cu numeroase celebrități și membri ai familiilor regale și a constatat că aceștia călătoreau întotdeauna cu numeroase genți de voiaj elegante, minunate lucruri. A fost, totodată, fascinat de numărul mare de meșteri tăbăcari din Londra, în special de compania H.J. Cave & Fiii, cea care furniza produse de cea mai înaltă calitate celor suficient de înstăriți ca să și le permită. Totodată, Gucci a observat că mulți aristocrați erau obsedați de polo și de cursele de cai, activități care aveau să îi influențeze creațiile încă de la început.

PAGINA ALĂTURATĂ: Guccio Gucci, fondatorul afacerii de familie Gucci. A fost visul lui, încă din tinerețe, pe când lucra ca hamal la hotelul Savoy, în Londra, să își întemeieze propria afacere cu articole de lux confecționate din piele.

DREAPTA:

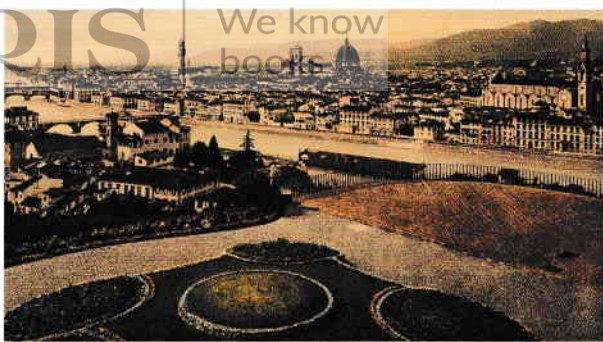
Încântătorul hotel Savoy, din Londra, a găzduit unele dintre cele mai mari nume și celebrități ale vremii. Lucrând acolo ca ajutor de ospătar, Guccio Gucci a fost inspirat de stilul și rafinamentul clienților hotelului,



Întors în Italia la începutul secolului douăzeci, Gucci s-a angajat la producătorul milanez de articole din piele, Franzi (afacerea tatălui lui Gucci dăduse faliment), unde a învățat meșteșugul care avea să-l transforme într-un nume de referință în modă. Următorul deceniu, a lucrat sărguincios pentru Franzi, visând, totodată, la propria lui afacere. Gucci a început treptat să creeze și să producă propriile lui articole din piele și, în 1920, s-a întors în Florența, iar în anul următor a deschis pe Via della Vigna Nuova magazinul eponim.

Inspirat de anii petrecuți în Londra, studiind clienții hotelului Savoy și având drept public-țintă clasa socială înstărită, primele lui produse au fost șei și desagi din piele. În ciuda faptului că cererea pentru acest gen de articole începuse să scadă la început de secol douăzeci, din cauza răspândirii automobilelor, Gucci nu a renunțat niciodată la stilul ecvestru, elementele ornamentale inspirate de practica echitației devenind o trăsătură caracteristică a brandului, fiind folosite și în prezent.

DREAPTA: Fotografia
în culori, realizată
în jurul anului 1900,
prezintă orașul de
baștină al lui Guccio
Gucci, Florența. Guccio
a deschis magazinul
cu același nume
pe Via della Vigna
Nuova, în anul 1921.



Admirator fidel al măiestriei tradiționale a producătorilor de articole din piele londonezi, Guccio a folosit încă de la începuturile afacerii sale cei mai buni artizani toscani și, pe lângă magazin, și-a deschis propriul atelier astfel încât să aibă control deplin asupra calității produselor realizate. De fapt, Guccio era atât de loial tradiției londoneze a prelucrării pielii încât reclamele vremii promovau magazinul drept furnizor de „articole englezești din piele”. Guccio era tot mai conștient de schimbarea survenită în statutul femeilor care, pe parcursul anilor douăzeci, au devenit tot mai emancipate. Într-o scrisoare din anul 1924, Guccio vorbea despre noua linie de „poșete de damă” care avea să devină o parte importantă în gama de produse a brandului.

Cum cererea pentru harnașamente scădea, Guccio a început să producă genți din piele și, în deceniul următor, acestora le-a adăugat mănuși, pantofi și curele. Pe parcursul anilor douăzeci și la începutul anilor treizeci, reputația lui a crescut și lumea bună venea la Florența nu numai pentru articolele de călărie, ci și pentru celelalte produse din piele de calitate superioară.

În 1901, Guccio s-a căsătorit cu Aida Calvelli, croitoreasă, și împreună au crescut șase copii: o fiică, Grimalda, patru fii, Enzo (care a pierit tragic la vârsta de nouă ani), Aldo, Vasco, Rodolfo (care a cunoscut faima ca actor, sub numele de scenă Maurizio D’Ancora, înainte să se implice în afacerea familiei) și Ugo, fiul