

LITTLE BOOK OF

Gucci

Het meeslepende verhaal van Gucci

KAREN HOMER

The background features a repeating pattern of interlocking geometric shapes. Teal-colored lines form a grid of squares, some of which are filled with a gold color. The overall effect is a modern, architectural aesthetic.

Inhoud

Inleiding	07
De beginjaren	13
Typisch Gucci	23
Wereldfaam	39
Tom Ford	51
Frida Giannini	81
Alessandro Michele	111
Culticonen	143
Register	156
Verantwoording	160





INLEIDING

Gucci – de naam van het luxueuze modemerken is al lange tijd een synoniem voor goed, geweldig, enzovoort. Tegenwoordig kom je 'Gucci' als bijvoeglijk naamwoord overal tegen en is *'it's all Gucci'* de overtreffende trap van 'goed'.

Urban Dictionary

In 2021 viert Gucci dat er precies honderd jaar zijn verstreken sinds Guccio Gucci zijn droom verwezenlijkte met de opening van zijn lederwarenwinkel in Florence. Gedurende de afgelopen eeuw waren er vaak tegenslagen maar elke keer weer wist de firma te overleven om uiteindelijk zelfs tot grote bloei te komen.

Tijdens de Tweede Wereldoorlog had Gucci vooral te kampen met praktische problemen, zoals het tekort aan leer, waardoor menige lederwarenaak zijn deuren moest sluiten. Gucci was echter niet voor één gat te vangen en kwam met het idee om stof van hennepvezel te gaan gebruiken en dat te bedrukken met het huislogo. Zo kon hij de productie van reistassen voortzetten en maakte hij tegelijk geschiedenis met een iconisch ontwerp. Na Guccio's overlijden in 1953 kwam het bedrijf in handen van zijn zoons Aldo, Rodolfo en Vasco. Een tijdlang liepen de zaken goed dankzij nieuwe ontwerpen, steun van beroemdheden, hoge verkoopprijzen en filialen wereldwijd. Maar in de jaren zeventig en tachtig, toen Gucci's kleinkinderen het stokje gingen overnemen, leed het bedrijf grote schade door familievetes en rechtszaken. Gucci balanceerde op de rand van een faillissement.

LINKS In de resortshow (pre-collectie voor de lente) van 2019 toonde Alessandro Michele zijn eigen versie van de klassieke Diamantepriest.

RECHTS In de jaren zestig breidde Gucci zijn assortiment uit met parfums en aftershaves, zodat iedereen zich een vleugje Gucci-glamour kon veroorloven.



In de jaren negentig was het erop of eronder voor Gucci, dat inmiddels eigendom was van de investeringsbank Investcorp. Het noodlijdende merk trok een jonge, onbekende ontwerper aan, Tom Ford; de enig die de uitdaging had durven aannemen. Samen met de nieuwe directeur Domenico de Sole wist Ford de kansen te keren en het oude, wat al te traditionele merk een flinke dosis sexappeal en glamour te geven. Zo werd de dubbele G een van de begeerlijkste statussymbolen van dat hedonistische tijdperk. Ford bleef aan tot 2004; naar verluidt vertrok hij na onenigheid met het bedrijf dat Gucci's grootste aandeelhouder was en begon voor zichzelf.

De volgende tien jaar was het de Italiaanse ontwerpster Frida Giannini die de creatieve leiding kreeg bij Gucci. Hoewel het merk onder haar beleid volgens sommigen te traditioneel en te weinig fantasievol werd, heeft ze met haar kalme, doortastende optreden en haar aangeboren gevoel voor wat Gucci's klantenkring wenste het merk door een moeilijke economische periode

RECHTS Dit Gucci-adresboek draagt de initialen van Frank Sinatra. Voor veel twintigste-eeuwse sterren was Gucci het merk waarmee je gezien kon worden



heen gelooft. Ook op artistiek gebied heeft Giannini het nodige bijgedragen en enkele van haar kenmerkende ontwerpen zijn inmiddels moderne klassiekers.

In 2014 ging het opnieuw minder goed met het bedrijf. Dat had deels te maken met de veranderingen in de modewereld sinds de millenniumwisseling, toen internet en sociale media steeds meer grip kregen op de marketing. Tegelijk is er een soort omgekeerd snobisme ontstaan, waardoor topmerken minder aantrekkingskracht als statussymbolen hebben gekregen. Luxemerken werden gedwongen zichzelf opnieuw uit te vinden. Bij Gucci zou die transformatie plaatsvinden onder leiding van Alessandro Michele, die op het moment van zijn aanstelling nog vrij onbekend was.

De flamboyante Michele is sinds 2015 hoofdontwerper bij Gucci en hij is volgens velen de opwindendste modeontwerper van deze tijd. Zijn geniale, excentrieke ontwerpen worden niet alleen geprezen door modekenners maar ook door jonge influencers en niet te vergeten de klanten. Met zijn talent voor het combineren van

RECHTS Kendall Jenner met het Gucci-logo op de Marmonriem; deze riem was in 2018 het meest gezochte artikel op modezoekmachine Lyst.



historische kledingstijlen met streetwear, zijn genderfluïde outfits en presentatie maar ook zijn fabelachtige technieken stuwde hij Gucci op tot de hoogste toppen van mode, roem en fortuin.

Guccio Gucci droomde ervan mooie leren tassen te maken voor de elite. Een eeuw later prijkt het Guccilogo met de dubbele G niet alleen op de traditionele handtassen van Europese prinsessen maar ook op de ceintuurs en vrijetijdskleding van modellen (de nieuwe sociale elite) en de heuptassen van hiphopsterren. Gucci en zijn zoons zouden zich misschien amper kunnen voorstellen dat hun merk niet alleen aristocraten en sterren aanspreekt, maar ook de Instagramgeneratie.



RECHTS Rapper Gucci Mane verschijnt op de lente/zomershow van 2020 in Milaan.





HET ONTSTAAN VAN EEN SPRAAKMAKEND MERK

Guccio Gucci werd op 28 maart 1881 geboren in de Toscaanse stad Florence. Zijn vader was een tamelijk succesvolle, ambachtelijke leerbewerker en hoedenmaker uit een familie die al generaties lang luxueuze lederwaren vervaardigde.

Toch zou de jonge Gucci (merkwaardig genoeg, gezien zijn latere succes) het familiebedrijf en zijn vaderland vaarwel zeggen. Als tiener ging hij naar Parijs en later woonde hij een paar jaar in Londen, waar hij zich in het Savoy Hotel opwerkte van eenvoudige hulpkelner tot een gezaghebbende maître d'hôtel.

Tijdens zijn verblijf in het Savoy sloeg Gucci de vele royals, sterren en andere beroemdheden in het hotel gade en daarbij viel het hem vooral op dat ze altijd een hele vracht fraaie, ambachtelijk vervaardigde koffers bij zich hadden. Ook was hij geboeid door het werk van de vele traditionele ambachtslieden en leerbewerkers in Londen, met name van de firma H.J. Cave & Sons, die koffers en tassen van topkwaliteit leverden voor wie daar de middelen toe had. Het ontging Gucci ook niet dat veel rijke aristocraten een voorliefde voor polo en paardenrennen hadden; al in zijn eerste ontwerpen zijn motieven uit de paardensportwereld te zien.

LINKS Guccio Gucci, de patriarch van het familiebedrijf. Als tiener begon hij onderop in het Londense Savoy Hotel en droomde hij al van zijn eigen lederwarenmerk.

RECHTS In het chique Savoy Hotel in Londen verbleven vorsten en beroemdheden. Als hulpkelner keek Guccio Gucci vol bewondering naar de stijlvolle tassen en koffers van de gasten.



Na zijn terugkeer in Italië, begin twintigste eeuw, ging Gucci aan de slag bij de Milanese leerbewerker Franzi, omdat het leerbedrijf van Gucci's vader failliet was gegaan. Bij Franzi leerde Gucci de kneepjes van het vak waarin hij de top zou bereiken. Zo'n tien jaar zette hij zich in voor Franzi maar onderwijl droomde hij al van zijn eigen bedrijf. Hij maakte intussen zijn eerste ontwerpen en leren artikelen. Uiteindelijk, in 1920, keerde hij terug naar Florence en in 1921 opende hij zijn eigen winkel aan de Via della Vigna Nuova.

Hij herinnerde zich nog goed de rijke gasten in het Londense Savoy en hij besloot zich te richten op luxeartikelen voor welgestelden; zijn eerste creaties waren dan ook zadels en zadeltassen. Hoewel ruiters benodigdheden vanaf het begin van de twintigste eeuw juist een krimpende markt vormden omdat er steeds meer auto's werden gekocht, hield Gucci vast aan de stijl en motieven uit de paardensportwereld, en tot op de dag van vandaag spelen ze een grote rol in de ontwerpen van dit merk.

RECHTS Deze kleurfoto van omstreeks 1900 toont Guccio Gucci's geliefde stad Florence. In 1921 opende Guccio Gucci hier de winkel van zijn dromen aan de Via della Vigna Nuova.



Vanuit zijn diepe respect voor het traditionele ambacht dat hij bij Londense leerbewerkers had gezien, nam Gucci al vanaf het prille begin de beste Toscaanse leerbewerkers in de arm en opende hij behalve zijn winkel ook een eigen atelier, zodat hij de volledige controle over de kwaliteit van zijn lederwaren had. In feite was Gucci zo onder de indruk van de Britse producten dat hij zijn eigen waren in het begin aanbood als 'Engelse lederwaren'. Gucci begreep eerder dan veel vakgenoten dat er vanaf de jaren twintig een generatie geëmancipeerde vrouwen opkwam; in een brief uit 1924 schreef Gucci over zijn nieuwe lijn 'dames-tassen', een categorie die in later jaren tot de voornaamste producten van het modehuis zou gaan behoren.

Naarmate de vraag naar ruitersbenodigdheden afnam, begon Gucci zich steeds meer te richten op koffers en reistassen; binnen tien jaar had hij handtassen, handschoenen, schoenen en riemen aan zijn collectie toegevoegd. Tussen 1920 en 1935 groeide Gucci's reputatie en de welgestelde klanten stroomden toe om zijn topkwaliteit ruitersbenodigdheden en lederwaren te kopen.

In 1901 trouwde Gucci met Aida Calvelli, een naaister. Het echtpaar bracht zes kinderen groot: hun dochter, Grimalda, en hun vier zoons, Enzo (die als negenjarige tragisch om het leven kwam) Aldo, Vasco en Rodolfo (die voordat hij bij het

familiebedrijf ging werken beroemd werd als filmster onder de artiestennaam Maurizio D'Ancora); en verder Ugo, Aida's zoon, die was geadopteerd door Guccio. Guccio's zoons Aldo, Rodolfo en Vasco zouden alle drie als ontwerpers en bedrijfsleiders voor de firma gaan werken.

Aldo Gucci, die in 1933 als eerste van de zoons bij het bedrijf kwam werken, zou van grote invloed zijn op het succes van het familiebedrijf. Hij was niet alleen een zeer getalenteerd ontwerper maar ook een goed zakenman en in de jaren dertig zou onder zijn leiding de naam Gucci voorgoed worden gevestigd. Aldo zag direct in dat de artikelen van Gucci een officieel embleem moesten krijgen om ze te onderscheiden van andere merken.



RECHTS Eind jaren veertig: Guccio Gucci en zijn vrouw op het hoogtepunt van hun succes. Aida Gucci draagt een mooie leren Gucci-tas van topkwaliteit.

Hij kreeg de geniale ingeving de twee G's van zijn vaders naam gespiegeld in elkaar te schuiven tot een monogram dat vandaag de dag bij iedereen bekend is. Het Gucci-logo is briljant in zijn eenvoud en schoonheid. Omdat je niet direct ziet dat het logo uit twee in elkaar geschoven G's bestaat, wordt het meestal afgebeeld onder de merknaam Gucci; maar juist door zijn abstractie spreekt het ontwerp zo sterk tot de verbeelding dat het nu, bijna negentig jaar later, nog steeds in gebruik is. In de loop der jaren is dit logo op allerlei manieren toegepast in Gucci-ontwerpen: het werd gedrukt op stoffen, in reliëf aangebracht op leren accessoires, gegraveerd in metalen gespen voor tassen en ceintuurs en als schakels gebruikt voor armbanden, horlogebandjes en ringen.



RECHTS Ruitpatroon met het logo van de twee in elkaar grijpende G's, ontworpen door Aldo Gucci in de jaren dertig en nog steeds zeer in trek.





EEN EFFICIËNT WERELDMERK

Frida Giannini is in veel opzichten de perfecte moderne Gucci-vrouw. Ze is slank, perfect verzorgd en sexy op een ingetogen manier. Ze heeft een scherpe scheiding in haar honingblonde haar en ze draagt het liefst nauwsluitende, chique zwarte jurken, zijden tops en elegante broeken boven Gucci-sandalen.

Ze werd in 1972 geboren in Rome, haar vader was architect, haar moeder docent kunstgeschiedenis. Als meisje uit de Italiaanse middenklasse groeide ze op in de jaren tachtig, een tijd waarin van alles gebeurde op cultureel gebied. Toen haar werd gevraagd naar haar culturele vorming noemde ze een breed scala aan invloeden, zoals de romantiek van Fellini's *La Dolce Vita*, de glamour van de androgyne David Bowie en de nostalgie van *Breakfast at Tiffany's*; drie thema's die op verschillende manieren voor het voetlicht werden gebracht tijdens de tien jaar dat ze de leiding had bij Gucci. Ze was opgegroeid in het analoge tijdperk zonder internet maar omarmde de mode en sociale media van het digitale tijdperk zonder het belang van het Gucci-erfgoed uit het oog te verliezen.

LINKS Frida Giannini is in veel opzichten de perfecte moderne Gucci-vrouw, elegant gekleed en perfect verzorgd. Hier loopt ze over de catwalk na haar voorjaarsshow van 2007, gekleed in een jurk met Floraprint uit de collectie.

Na haar opleiding aan de kostuum- en modeacademie in Rome trad Giannini in 1997 in dienst bij het Italiaanse modehuis Fendi, waar ze drie seizoenen werkte op de confectieafdeling en daarna werd gepromoveerd naar de afdeling lederwarenontwerp. In de jaren dat ze bij Fendi werkte, werd de uiterst succesvolle Baguette-tas geïntroduceerd, een van de eerste *it-bags*; met dit soort succesvolle creaties trok Fendi de aandacht van het luxeconglomeraat LVMH, dat kort daarna het familiebedrijf overman. In 2002 vroeg Tom Ford de 24-jarige Giannini bij Gucci te komen werken, waar ze tot 2004 werkte als hoofdontwerper op de afdeling handtassen en accessoires. Na Fords plotse vertrek werd Giannini opeens gepromoveerd tot creatief directeur van de afdeling accessoires, terwijl Alessandra Facchinetti de leiding kreeg over damesmode en John Ray aan het hoofd van de afdeling herenmode kwam te staan. Maar Facchinetti vertrok slechts twee jaar later, na een paar onopvallende collecties, en in 2005 nam Giannini de afdelingen dames- en herenmode over, evenals het ontwerp van de Gucci-winkels en alle reclame-uitingen. Kortom, ze was de hoogste leidinggevende op creatief gebied.

Na de enorme commerciële en creatieve successen gedurende de periode dat Tom Ford aan het roer stond bij Gucci – nog afgezien van het feit dat hij een beroemdheid in de modewereld was – lag de lat hoog voor de nog vrijwel onbekende Giannini; het zou een paar jaar duren voordat ze haar eigen ontwerpstyl had gevonden. Voor haar herfst/wintercollectie van 2006 volgde Giannini het voorbeeld van Tom Ford met glamrock, vloeiende lijnen uit de jaren zeventig en metallic accessoires uit de jaren negentig – inclusief plateau-schoenen met dezelfde glanzende ‘autolak’-afwerking als Ford had gebruikt voor zijn eerste collectie. Maar wie goed kijkt, ziet in deze collectie al Giannini’s eigen inbreng, zoals de grensverleggende stijlementen van David Bowie. ‘Ik dacht aan David Bowie en de manier waarop mensen in de jaren zeventig speelden met hun imago, zodat ze er elke keer weer anders uitzagen,’ vertelde ze.



RECHTS EN BOVEN Een van Gianni's grootste successen was de New Jackie, een update van de klassieke Jackietas, hier tweemaal afgebeeld. De ene tas heeft klassiek warmbruin leer en de andere is in paars linnen met leren accenten en Floraprint, een andere herintroductie van Gianni.



Gucci begon in 1921 in Florence als leverancier van luxe reistassen en koffers voor de elite. In de jaren erna groeide het bedrijf uit tot een van de chicste modehuizen ter wereld.

Gucci wist de eenvoud van de klassieke lederwaren en de overdaad in de haute couture geraffineerd te combineren tot een unieke identiteit die in de afgelopen eeuw zeer succesvol was. En bovendien altijd herkenbaar aan het logo met de twee G's.

De combinatie van tas, riem en mocassin, zo kenmerkend voor Gucci, verleenden het merk een cultstatus. Dat het modehuis zowel ruimte heeft gegeven aan de obscure ontwerpen van Tom Ford in de jaren negentig als aan de romantische creaties van de huidige hoofdontwerper Alessandro Michele laat zien dat Gucci zich kan aanpassen aan de tijd en een groot publiek weet te bereiken.

In *Little Book of Gucci* volgt modekenner Karen Homer de opwindende geschiedenis van het veelgeprezen modehuis dat is toegewijd aan zowel traditie als vernieuwing en het klassieke weet te verenigen met het gedurfde.

**KOS
M•S**

NUR 450
Kosmos Uitgevers
Utrecht/Antwerpen

