

ΤΑ ΜΙΚΡΑ ΒΙΒΛΙΑ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ

Gucci

Η ιστορία του εμβληματικού οίκου

ΚΑΡΕΝ ΧΟΜΕΡ







ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Γκούτσι: Πολυχρηστικός όρος αργκό βασισμένος στην επωνυμία μόδας πολυτελείας που σημαίνει εντάξει/καλό/τέλειο/φοβερό/φρέσκο/κ.λπ.

Χρησιμοποιούνταν αρχικά στους δρόμους, πλέον όμως είναι ευρέως δημοφιλής όρος... Το να είναι κανείς «τελείως Γκούτσι» είναι πραγματικά κάτι το θαυμάσιο.

– *Urban Dictionary*

Το 2021 η εταιρεία γιόρτασε την 100ή επέτειο από τα εγκαίνια του καταστήματος με επώνυμα δερμάτινα είδη πολυτελείας του Γκούτσιο Γκούτσι στη Φλωρεντία, ένα όνειρο που γινόταν επιτέλους πραγματικότητα. Στον αιώνα που πέρασε η εταιρεία είχε να αντιμετωπίσει πολλές προκλήσεις, κατάφερε, όμως, όχι μόνο να επιβιώσει, αλλά και να ανθήσει.

Στη διάρκεια του Β' Παγκοσμίου Πολέμου τα προβλήματα ήταν πρακτικής φύσης, με τις ελλείψεις στο δέρμα να υποχρεώνουν πολλές εταιρείες να κλείσουν. Ο Γκούτσι όμως αναζήτησε λύσεις αλλού και η ευρηματική του ιδέα –να τυπώσει ύφασμα από καναβάτσο με το μοτίβο του οίκου– όχι μόνο έδωσε τη δυνατότητα στην επιχείρηση να συνεχίσει την παραγωγή αποσκευών αλλά και να δημιουργήσει ένα μοναδικό σχέδιο. Μετά τον θάνατο του Γκούτσιο το 1953, η εταιρεία πέρασε στα χέρια των γιων του, Άλντο, Ροντόλφο και Βάσκο, και αρχικά τα πήγαινε καλά, με νέα σχέδια, διάσημους πελάτες, υψηλές πωλήσεις και παγκόσμια εξαπλώση. Τις δεκαετίες του 1970 και του 1980 όμως, καθώς τη διοίκηση της εταιρείας την αναλάμβαναν τα εγγόνια του Γκούτσι, προέκυψαν περισσότερο περίπλοκα ζητήματα, με τις ενδοοικο-

ΑΠΕΝΑΝΤΙ Στην επίδειξη Gucci Resort του 2019, ο Αλεσάντρο Μικέλε προέβαλε τον σεβασμό του απέναντι στο χαρακτηριστικό σχέδιο Gucci Diamante, προσθέτοντας όμως τη δική του νινελιά.

ΔΕΞΙΑ Τη δεκαετία του 1960, η εταιρεία λάνσαρε σειρές αρωμάτων για άντρες και γυναίκες, έναν σχετικά οικονομικό τρόπο για να αποκτήσει κανείς το κύρος της επωνυμίας.



γενειακές διαμάχες να οδηγούν σε πικρόχολες νομικές προκλήσεις και την εταιρεία στα πρόθυρα της χρεοκοπίας.

Η δεκαετία του 1990 ήταν καθοριστική για την επωνυμία, που είχε περιέλθει στην ιδιοκτησία της τράπεζας επενδύσεων Investcorp. Η εταιρεία, που βρισκόταν σε δυσμενή θέση, προσέλαβε έναν νεαρό, άγνωστο σχεδιαστή, τον Τομ Φορντ, εν μέρει επειδή κανείς άλλος δεν ήθελε να την αναλάβει. Μαζί με τον νέο διευθύνοντα σύμβουλο Ντομένικο Ντε Σόλε, ο Φορντ μεταμόρφωσε την εταιρεία, προσθέτοντας στην κάπως συντηρητική μάρκα μια πινελιά σεξαπίλ και γκλάμουρ και μετατρέποντας τον λογότυπο του διπλού G σε ένα από τα πιο επιθυμητά σύμβολα κύρους της ηδονιστικής εκείνης δεκαετίας. Ο Φορντ έμεινε μέχρι το 2004, καθώς, εν μέσω φημών για ρήξη με την εταιρεία, έφυγε για να ξεκινήσει τον δικό του οίκο.

Τη δημιουργική διεύθυνση της εταιρείας στη δεκαετία που ακολούθησε ανέλαβε η Ιταλίδα σχεδιάστρια Φρίντα Τζιανίνι. Παρότι το στίλ της κρίθηκε από κάποιους ως υπερβολικά παραδοσιακό και χωρίς φαντασία, η ψύχραιμη, ήρεμη και συγκροτημένη συμπεριφορά της μαζί με την εγγενή κατανόηση της πελα-

ΔΕΞΙΑ Η ατζέντα αυτή με το μονόγραμμα της Gucci που ανήκε στον Φρανκ Σινάτρα φανερώνει πόσο διαδεδομένη ήταν η μάρκα στη ζωή των διασημοτήτων του 20ού αιώνα.



τειακής βάσης έδωσαν την ευκαιρία στην επωνυμία να διατηρηθεί σε ένα δύσκολο οικονομικό κλίμα. Και για να της αποδοθούν τα δέοντα εύσημα, η Τζιανίνι σχεδίασε πλήθος χαρακτηριστικών κομματιών που θα γίνονταν σύγχρονα κλασικά.

Μέχρι το 2014, η επωνυμία είχε αρχίσει και πάλι να καταρρέει. Αυτό οφειλόταν εν μέρει στην αλλαγή σκηνικού της μόδας με τη νέα χιλιετία. Μαζί με την επιρροή του Διαδικτύου και των κοινωνικών μέσων δικτύωσης, που έφεραν ριζικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο η μόδα προσέγγιζε τους καταναλωτές, ένα είδος αντίστροφου σνομπισμού είχε ως αποτέλεσμα οι επώνυμες μάρκες να χάσουν τον χαρακτηρισμό των συμβόλων κύρους. Οι μάρκες πολυτελείας αναγκάστηκαν να προσαρμοστούν στα δεδομένα, ενώ την Gucci ανέλαβε ένας άλλος σχετικά άγνωστος σχεδιαστής: ο Αλεσάντρο Μικέλε.

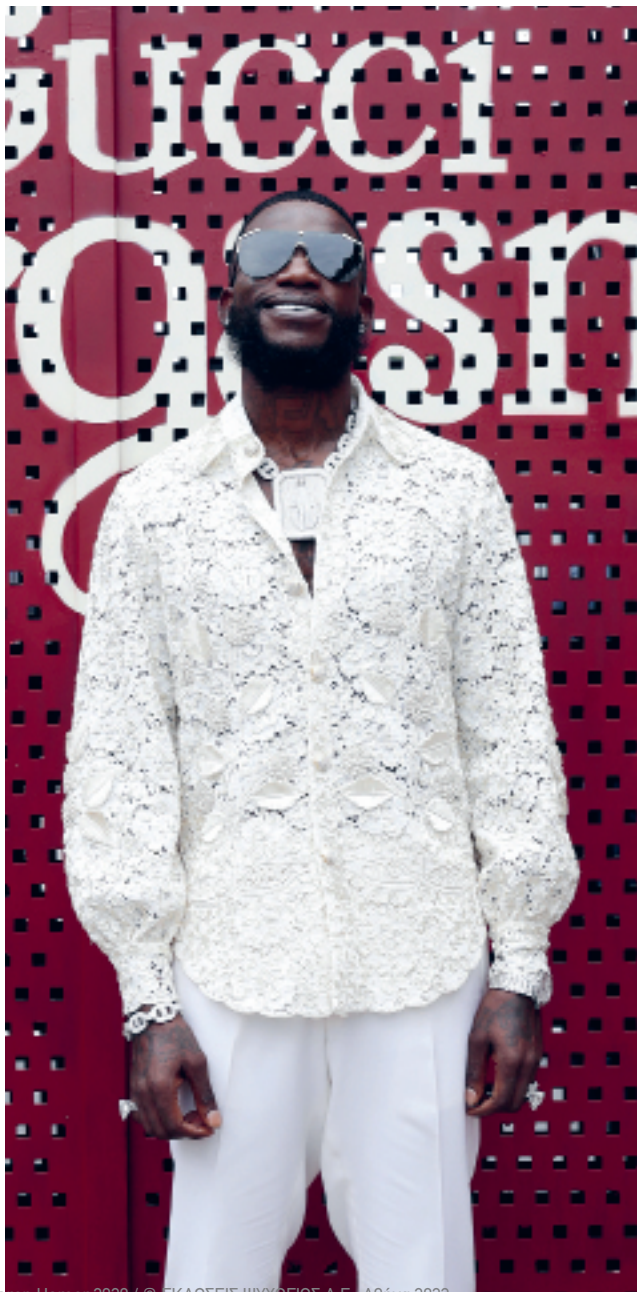
Ο φανταχτερός Μικέλε ήταν επικεφαλής σχεδιαστής στον οίκο από το 2015 και είναι ίσως ο πιο συναρπαστικός σχεδιαστής μόδας της εποχής μας. Η εκκεντρική ιδιοφυΐα του επιδοκιμάζεται όχι μόνο από τους ειδικούς της μόδας αλλά και από μυλένιαλ σχολιαστές του στιλ και, φυσικά, από τους ίδιους τους καταναλω-

ΔΕΞΙΑ Η Κένταλ Τζένερ φοράει την εμβληματική ζώνη Marmont, το πιο δημοφιλές προϊόν του 2018 στη Lyst.



τές. Το ταλέντο του να συνδυάζει ιστορικές επιρροές με το καθημερινό ντύσιμο, η ρευστότητα της έμφυλης ταυτότητας τόσο των ρούχων όσο και των μοντέλων του και η ικανότητα της σχεδιαστικής του ομάδας έδωσαν στην επωνυμία την ευκαιρία να φτάσει στο απόγειο της μόδας, της φήμης και του πλούτου.

Το αρχικό όνειρο του Γκούτσι ήταν να φτιάχνει φίνες δερμάτινες αποσκευές για την ελίτ. Έναν αιώνα αργότερα, το χαρακτηριστικό πριντ της Gucci ή το διπλό G δεσπόζουν τόσο στην τσάντα μέσης ενός χιπ χοπ σταρ όσο και στην τσάντα γόνου βασιλικής οικογένειας. Όσο κι αν έδειχνε αδιανόητο για τον Γκούτσι, η μάρκα του δεν αφορά πλέον μόνο τους αριστοκράτες και τους κοινωνικά ανερχόμενους... αλλά και τη γενιά του Instagram.



ΔΕΞΙΑ Ο ράπερ
Γκούτσι Μένι
καταφθάνει
στην επίδειξη Άνοιξη/
Καλοκαίρι 2020
στο Μιλάνο.



The background features a repeating pattern of interlocking geometric shapes, primarily hexagons and squares, in shades of teal and gold. The teal shapes are outlined in a darker teal, while the gold shapes are outlined in a lighter gold. The overall effect is a modern, architectural aesthetic.

Τα πρώτα
χρόνια





ΟΙ ΑΠΑΡΧΕΣ ΜΙΑΣ ΕΜΒΛΗΜΑΤΙΚΗΣ ΕΠΩΝΥΜΙΑΣ

Ο Γκούτσιο Γκούτσι γεννήθηκε στις 28 Μαρτίου 1881, στην Τοσκάνη της Φλωρεντίας. Ο πατέρας του ήταν ένας αρκετά επιτυχημένος βυρσοδέψης και πιλοποιός, που προερχόταν από οικογένεια με παράδοση στη βυρσοδεψία.

Παρ' όλα αυτά –κατά τρόπο ειρωνικό, δεδομένης της μεταγενέστερης επιτυχίας του– ο νεαρός Γκούτσι απέρριψε την οικογενειακή παράδοση και έφυγε από την Ιταλία για να δουλέψει στην Ευρώπη. Έφηβος ακόμη, έφτασε πρώτα στο Παρίσι και στη συνέχεια εγκαταστάθηκε για αρκετά χρόνια στο Λονδίνο, όπου εργάστηκε στο ξενοδοχείο *Savoy*, αρχικά ως αχθοφόρος, για να αναρριχηθεί στην αξιοσέβαστη θέση του μετρ.

Όσο εργάστηκε στο *Savoy*, ο Γκούτσι είχε να κάνει με πολλές λαμπερές διασημότητες και μέλη βασιλικών οικογενειών της εποχής που διέμεναν στο ξενοδοχείο και παρατήρησε ότι πάντοτε ταξίδευαν με πλήθος καλοφτιαγμένων και εκλεπτυσμένων αποσκευών. Ταυτόχρονα τον είχαν συναρπάσει οι παραδοσιακοί τεχνίτες και βυρσοδέψες του Λονδίνου, ειδικά της εταιρείας H.J. Cave & Sons, που πρόσφερε ανώτατης ποιότητας προϊόντα σε όσους ήταν αρκετά πλούσιοι για να τα αγοράσουν. Τέλος, ο Γκούτσι είχε προσέξει ότι πολλοί από τους αριστοκράτες αυτούς έδειχναν έντονο ενδιαφέρον για το πόλο και τις ιπποδρομίες, κάτι που θα επηρέαζε από την αρχή τα σχέδιά του.

Με την επιστροφή του στην Ιταλία, ακριβώς μετά τη μετάβα-

ΑΠΕΝΑΝΤΙ Ο Γκούτσιο Γκούτσι, πατριάρχης της οικογενειακής επιχείρησης των Γκούτσι. Από όταν ήταν νεαρός ακόμη αχθοφόρος στο ξενοδοχείο *Savoy*, ονειρευόταν να ιδρύσει τη δική του μάρκα δερμάτινων ειδών πολυτελείας.

ΔΕΞΙΑ Το πολυτελές ξενοδοχείο *Savoy* του Λονδίνου φιλοξenoύσε μερικά από τα μεγαλύτερα ονόματα διασημοτήτων της εποχής. Δουλεύοντας ως σερβιτόρος, ο Γκούτσι εμπνεύστηκε από το στιλ και την κομψότητα των πελατών του.



ση στον 20ό αιώνα, ο Γκούτσι εργάστηκε στο Μιλάνο στον κατασκευαστή δερμάτινων ειδών Φράντζι (αφού η επιχείρηση του πατέρα του είχε χρεοκοπήσει) και εκεί έμαθε την τέχνη που θα έκανε τελικά τον *ίδιο* διάσημο. Τη δεκαετία που ακολούθησε εργάστηκε φιλόπονα στον Φράντζι, ενώ ταυτόχρονα ονειρευόταν μια δική του επιχείρηση. Άρχισε σιγά σιγά να σχεδιάζει και να παράγει δερμάτινα είδη, για να φτάσει να γυρίσει πίσω στη Φλωρεντία το 1920 και να ανοίξει το πρώτο δικό του επώνυμο κατάστημα στη Βία ντέλα Βίνια Νουόβα, το 1921.

Αναπολώντας τις εποχές που παρατηρούσε τους πλούσιους φιλοξενούμενους του ξενοδοχείου *Savoy* στο Λονδίνο, οι πρώτες δερμάτινες δημιουργίες του Γκούτσι ήταν σέλες και δισάκια. Παρά το γεγονός ότι η ζήτηση για αυτά τα αγαθά είχε αρχίσει να μειώνεται στις αρχές του 20ού αιώνα λόγω της ανόδου των αυτοκινήτων, ο Γκούτσι δεν εγκατέλειψε ποτέ την προτίμησή του για το στιλ ιππασίας και τα διακοσμητικά στοιχεία που εμπνεόνταν από αυτήν, τα οποία αποτέλεσαν μεγάλο μέρος της κληρονομιάς της επωνυμίας, ενώ συνεχίζουν να χρησιμοποιούνται μέχρι σήμερα.

ΔΕΞΙΑ Από το 1900 περίπου, αυτή η εικόνα δείχνει την πολυαγαπημένη γενέτειρα του Γκούτσιο Γκούτσι, τη Φλωρεντία. Ο Γκούτσι άνοιξε τελικά το κατάστημα επώνμων ειδών του στη Βία ντέλα Βίνια Νουόβα, το 1921.



Έχοντας θαυμάσει τόσο πολύ τους παραδοσιακούς βυρσοδέψες του Λονδίνου, από την αρχή κιόλας της επιχείρησής του, ο Γκούτσι φρόντισε να χρησιμοποιήσει τους πιο καταξιωμένους τεχνίτες της Τοσκάνης, ενώ μαζί με το κατάστημά του ίδρυσε κι ένα εργαστήριο, ώστε να έχει τον απόλυτο έλεγχο της ποιότητας των δερμάτινων αγαθών που πρόσφερε. Μάλιστα, ήταν τόσο αφοσιωμένος στη βρετανική παράδοση της τεχνοτροπίας, που οι διαφημίσεις της εποχής προωθούν το κατάστημα ως προμηθευτή «Βρετανικών δερμάτινων ειδών». Ο Γκούτσι έδειξε επίσης ασυνήθιστη αντίληψη της αλλαγής της κοινωνικής θέσης των γυναικών, που χειραφετούνταν όλο και περισσότερο τη δεκαετία του 1920. Σε ένα γράμμα του 1924, ο Γκούτσι έγραφε για τη νέα του σειρά από «τσάντες κυριών», που θα αποκτούσε τεράστια παρουσία στη γραμμή παραγωγής της εταιρείας τα μετέπειτα χρόνια.

Καθώς η ζήτηση για είδη ιππασίας έφθινε, ο Γκούτσι άρχισε να προμηθεύει αποσκευές και, μέσα σε μία δεκαετία, είχαν προστεθεί στο ρεπερτόριό του τσάντες, γάντια, παπούτσια και ζώνες. Στη διάρκεια της δεκαετίας του 1920 και τις αρχές του 1930, η φήμη του ενισχύθηκε κι άλλο και οι πλούσιοι έρχονταν στη Φλωρεντία όχι μόνο για τα είδη ιππασίας αλλά και για άλλα δερμάτινα προϊόντα υψηλής ποιότητας της επωνυμίας.

Το 1901 ο Γκούτσι παντρεύτηκε την Αϊντα Καλβέλι, η οποία ήταν μοδίστρα, και απέκτησαν έξι παιδιά: μία κόρη, την Γκριμάλντα, και τέσσερις γιους, τον Ένζο (που βρήκε τραγικό θάνατο

σε ηλικία εννέα ετών), τον Άλντο, τον Βάσκο, τον Ροντόλφο (που έγινε γνωστός ως ηθοποιός με το ψευδώνυμο Μαουρίτσιο Ντ' Ανκορα πριν μπει στην οικογενειακή επιχείρηση) και τον Ούγκο, γιο της Αϊντα που υιοθέτησε ο Γκούτσιο. Οι γιοι του Γκούτσι ασχολήθηκαν με την εταιρεία, τόσο στον τομέα του σχεδιασμού όσο και της επιχείρησης.

Ο Άλντο, ο πρώτος από τους γιους που ξεκίνησε να εργάζεται στην εταιρεία το 1933, θα αποτελούσε έναν από τους μεγαλύτερους λόγους επιτυχίας της οικογενειακής επιχείρησης. Ήταν εξαιρετικά ταλαντούχος σχεδιαστής και διορατικός επιχειρηματίας, ενώ υπό την καθοδήγησή του στη διάρκεια της δεκαετίας του 1930 η μάρκα Gucci και οι λογότυποί της κατάφεραν να καθιερωθούν. Ο Άλντο αντιλήφθηκε αμέσως την ανάγκη επίσημου εμβλήματος που θα έκανε τα προϊόντα της εταιρείας να ξεχωρί-



ΔΕΞΙΑ Ο Γκούτσιο Γκούτσι με τη σύζυγό του στην Ιταλία κατά τα τέλη της δεκαετίας του 1940, απολαμβάνοντας την επιτυχία της επιχείρησης. Η Αϊντα κρατά μια κομψή δερμάτινη τσάντα, που αποτελεί επιτομή της ποιότητας Gucci.

ζουν. Έτσι, πήρε τα δύο αρχικά G του ονόματος του πατέρα του και σχεδίασε το μοτίβο που είναι τόσο αναγνωρίσιμο σήμερα. Ως λογότυπος είναι εξαιρετικά έξυπνος και απλός, αλλά και καλαίσθητο σχέδιο. Το γεγονός ότι δε γίνεται άμεσα εμφανές ότι το σχέδιο είναι φτιαγμένο από δύο G (γι' αυτό συνήθως μπαίνει από κάτω το όνομα Gucci) βοήθησε να δημιουργηθεί ένας εμπνευσμένος λογότυπος που εξακολουθεί να χρησιμοποιείται σχεδόν 90 χρόνια αργότερα. Με την πάροδο του χρόνου έχει χρησιμοποιηθεί ποικιλοτρόπως: έχει τυπωθεί σε κάθε είδους ύφασμα που μπορεί να διανοηθεί κανείς για ρούχα, έχει αποτυπωθεί ανάγλυφα σε δερμάτινα αξεσουάρ, έχει σφυρηλατηθεί σε μεταλλικές αγκράφες για τσάντες και ζώνες, έχει γίνει καλσόν, καθώς και αλυσίδα βραχιολιών, λουράκι ρολογιών και δαχτυλίδια.

Καθώς πλησίαζε ο Β' Παγκόσμιος Πόλεμος, η Ιταλία βρέθηκε



ΔΕΞΙΑ Παράδειγμα του πριντ GG Diamante που σχεδίασε ο Άλντο τη δεκαετία του 1930 και εξακολουθεί να είναι παγκόσμια αναγνωρίσιμο ακόμη και σήμερα.

ΔΕΞΙΑ Ο Μαουρίτσιο, γιος του Ροντόλφο, ανέλαβε επικεφαλής του οίκου μόδας τη δεκαετία του 1980, για να πουλήσει την εταιρεία και κληρονομή του παπού του το 1993.



υπό το φασιστικό καθεστώς του Μουσολίνι και, επειδή συμμαχησε με τη ναζιστική Γερμανία, η Κοινωνία των Εθνών τής επέβαλε κυρώσεις που περιορίζαν την εισαγωγή δέρματος. Αναγκασμένος να βρει εναλλακτική, ο Γκούτσιο πειραματίστηκε με γιούτα και λινό, για να αρκεστεί τελικά σε ένα ειδικά υφασμένο, απλό πανί από καναβάτσο από τη Νάπολη. Σε αυτό είχε τυπώσει το πρώτο χαρακτηριστικό μοτίβο της εταιρείας: μια σειρά από μικρά, αλληλένδετα διαμάντια σε σκούρο καφέ πάνω σε ανοιχτό καφέ φόντο, μια πρώιμη εκδοχή αυτού που έγινε γνωστό ως «Diamante» πριντ. Το ύφασμα με το μοτίβο, δημιουργημένο για να ξεχωρίζει η φίρμα, χρησιμοποιήθηκε για μερικές από τις πρώτες βαλίτσες και μπουάλα της εταιρείας και εξελίχθηκε σε τεράστια επιτυχία.

Οι ελλείψεις υλικών κατά τη διάρκεια και το τέλος του πολέ-

μου οδήγησαν τον Γκούτσιο στη δημιουργία ενός άλλου απρόσμενου υλικού, που αποτέλεσε μέρος ενός χαρακτηριστικού κομματιού της ιστορίας της φίρμας και που συνεχίζει να παράγεται ακόμη και σήμερα: της γυαλισμένης ημικυκλικής λαβής από καλάμι μπαμπού για την τσάντα Bamboo, που είχε αρχικά το σχήμα σέλας αλόγου. Η δημιουργία των δύο αυτών υποκατάστατων –του χερουλιού από μπαμπού και του τυπωμένου καναβάτσου– καταδείκνυαν την ευρηματικότητα της οικογένειας Γκούτσι και την αποφασιστικότητα να επιτύχει, κάτι που είχε ως αποτέλεσμα –ενώ άλλες εταιρείες έκλειναν– η φίρμα Gucci να συνεχίσει να αναπτύσσεται. Παρότι η εταιρεία ξανάρχισε να χρησιμοποιεί το δέρμα όταν έγινε και πάλι διαθέσιμο, υιοθετώντας το δέρμα χοίρου, το άμεσα αναγνωρίσιμο ύφασμα με το τύπωμα παρέμεινε. Οι ιδέες του Γκούτσιο στη διάρκεια του πολέμου κατέληξαν να είναι μερικά από τα πιο εμβληματικά προϊόντα της φίρμας.

Πριν από τον πόλεμο ο Γκούτσι είχε ανοίξει άλλο ένα κατάστημα, στη Βία Κοντότι της Ρώμης, το 1938. Ακολούθησαν το 1951 τα εγκαίνια της ναυαρχίδας στην αριστοκρατική Βία Μόντε Ναπολεόνε του Μιλάνου, στο εμπορικό κέντρο του Μιλάνου, με τη φήμη του πιο ακριβού δρόμου της Ευρώπης. Δύο χρόνια αργότερα, το 1953, ο Άλντο επέβλεπε τα εγκαίνια του πρώτου καταστήματος της φίρμας στις Ηνωμένες Πολιτείες, στο ξενοδοχείο *Savoy-Plaza* της Νέας Υόρκης, φέρνοντας στη μνήμη τα όνειρα του Γκούτσιο από την εποχή που δούλευε στο θρυλικό ξενοδοχείο *Savoy* του Λονδίνου. Όμως, δύο εβδομάδες αργότερα, ο Γκούτσιο πέθανε στο Μιλάνο σε ηλικία 72 ετών. Επικράτησε αναταραχή στην οικογένεια, ειδικά όταν προέκυψαν δύσκολες καταστάσεις γύρω από την ανάληψη της εταιρείας: η κόρη του Γκούτσι Γκριμάλντα –η οποία εργαζόταν από καιρό στην επιχείρηση– δεν είχε κληρονομήσει καθόλου μερίδιο στην εταιρεία. Όπως κι ο Ούγκο, ο υιοθετημένος γιος του Γκούτσιο· είχε ήδη χάσει τα δικαιώματά του λόγω της προβληματικής σχέσης του με τον Γκούτσιο, ο οποίος δεν είχε αποδεχτεί τη συμμετοχή του Ούγκο στο Εθνικό Φασιστικό Κόμμα. Έτσι, ο Άλντο, ο Ροντόλφο και ο Βάσκο ανέλαβαν να τιμήσουν την κληρονομιά του πατέρα τους κάνοντας τον οίκο μόδας όλο και πιο ισχυρό.

Από την ίδρυσή της στη Φλωρεντία το 1921, τότε που κατασκεύαζε αποσκευές για την ελίτ κοινωνία, μέχρι τη σημερινή εποχή, ως οίκος υψηλής ραπτικής και καλτ αξεσουάρ, η Gucci είναι ένας τίτλος του κόσμου της πολυτελούς μόδας. Τον τελευταίο αιώνα, τα χαρακτηριστικά δερμάτινα είδη Gucci και τα φινετσάτα ρούχα έχουν καταφέρει να συνδυάσουν με κομψότητα το ανεπιτήδευτο ύφος με τον πλούτο κάτω από τον πολυπόθητο διπλό G λογότυπο.

Το βιβλίο αυτό αφηγείται την ιστορία της εταιρείας, που ξεκίνησε με αποσκευές πολυτελείας και ενδύματα ιππασίας, καταγράφοντας τον τρόπο με τον οποίο κατάφερε να ξεπεράσει ένα σωρό ρήξεις και δυσκολίες, για να αναγεννηθεί ως γίγαντας της υψηλής ραπτικής τη δεκαετία του 1990 και, υπό τη σημερινή καθοδήγηση του Αλεσάντρο Μικέλε, να φέρει μια νέα γενιά θαυμαστών, σηματοδοτώντας το δικό της στιλ. Περισσότερες από εκατό υπέροχα επιλεγμένες εικόνες αναδεικνύουν τα τολμηρά αλλά και αισθησιακά σχέδια του Οίκου Gucci, επιβεβαιώνοντας τη θέση του ανάμεσα στις πιο σημαντικές μάρκες της εποχής μας.

ΣΤΗΝ ΙΔΙΑ ΣΕΙΡΑ ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ:



ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΨΥΧΟΓΙΟΣ Α.Ε.
ΤΑΤΟΙΟΥ 121, 144 52 ΜΕΤΑΜΟΡΦΩΣΗ ΑΤΤΙΚΗΣ
ΤΗΛ.: 210 28 04 800 • FAX: 210 28 19 550
www.psichogios.gr e-mail: info@psichogios.gr

ISBN 978-618-01-4733-9



9 786180 147339

ΚΩΔ. ΜΗΧ./ΣΗΣ: 27885

ΑΝΕΠΙΣΗΜΗ ΕΚΔΟΣΗ