

«Мужчина тщеславнее женщины» Стефано Ричи о формальной одежде и производстве в Италии



Свою первую коллекцию разноцветных шелковых галстуков флорентиец Стефано Ричи выпустил в родном городе еще в 1972 году. Сегодня мужской гардероб созданной им марки Stefano Ricci признается итальянской костюмной классикой.

— Что для вас классический мужской стиль?

— Время, когда люди следовали, не демонстрируя собственной индивидуальности, моде, диктату дизайнеров, к счастью, ушло. Сегодня вернулись истинные ценности — высокое качество, сертифицированное происхождение продукта. Если позволите, я спокойно могу сказать, что мужчина куда тщеславнее женщины. Когда меня просят дать определение классики, я всегда вспоминаю знаменитую фразу о том, что «классик всегда может сказать что-то новое».

— Stefano Ricci — очень дорогой бренд. Вы не скрываете ни уровня работы, ни высокую цену материалов. До какого момента демонстративная роскошь допустима в современной жизни?

— Термин «luxury» много лет использовался без всякого на то оправдания. О нем вспоминали тогда, когда хотели представить продукт, в котором от роскоши существует только цена. Следует различать понятия цены и стоимости. Стоимость определяется суммой нескольких факторов: от закупки ткани или высокоскопасской кожи до ручного труда и общей стоимости итальянского труда. Производство в Италии означает, что в цену будет включена очень



высокая стоимость труда. Однако именно возможность производить продукцию, которая по-настоящему Made in Italy привела к тому, что наша марка достигла высочайшего уровня признания во всем мире. Я всегда и везде подчеркивал, что моя продукция Fatta in Italia, то есть «Произведена в Италии», а не Made in Italy, чтобы отделить себя от этого последнего определения. По европейским и итальянским законам можно представлять продукцию как Made in Italy, если у нее лишь итальянский дизайн, к ней прикрепили одну пуговицу именно в Италии и проверили на качество в Италии. Но это не мой случай. Мы все производим в Италии.

— Понятие формального костюма сегодня претерпевает изменения. Дресс-код сейчас менее жесткий, что приводит многих к ложному выводу о том, что он и вовсе исчезает.



— Формальная одежда действительно меняется. Костюмная униформа без всякого уважения относится к дресс-коду 1980-х и 1990-х годов. Посмотрите, что происходит в мегаполисах, где превалируют вкусы, не имеющие ничего общего с настоящей элегантностью. Но на более высоком уровне, там, где уважают демонстрацию хорошего вкуса, где отмечают качество выбора, дресс-код представляет собой фундаментальную ценность настоящего мужчины.

— Влияние классического итальянского искусства на итальянскую моду очевидно. Вы художник, вы эксперт в области искусства. Как любовь к искусству влияет на стиль Stefano Ricci?

— Я родился в городе, полном эталонов и идей, которые впитываются просто так, пока ты гуляешь по Флоренции, рассматриваешь исторические здания, статуи, заходишь в музеи. К 40-летию моей компании мне посчастливилось стать человеком, который устроил пер-

вый в 500-летней истории галереи Уффици показ мод. Не буду скрывать, для меня это было очень сложным моментом. Смесь гордости и уважения одновременно. Уважение заставило меня не подчеркивать марку в этом храме искусства. Я чувствовал себя обязанным как предприниматель что-то оставить в каждой из моих инициатив. Поэтому вовсе не случайность, что по согласию со своими сыновьями Николо и Филиппо я подарил городу новое освещение Loggia dei Lanzi, этого самого прекрасного открытого музея в мире на piazzа Делла Синьория.

— Как менялись ваши личные вкусы в одежде и какое влияние это оказывало на стиль бренда?

— Мужская мода — это постоянный поиск красоты. Главное качество, конечно, это не выбор двух или трех пуговиц, а инновационные материалы и мастерство наших замечательных работников. Материалы и качество одинаково важны при создании галстука, рубашки и любого другого из наших товаров. Для костюма все еще более сложно. После многолетних исследований, вложений и опытов наша марка достигла нового уровня — рождения нового ателье высокой моды, в котором запрещены швейные машины. Весь костюм создается полностью вручную, на него уходит 100 часов работы одного мастера. Нам также важно, что в этом новом ателье опытные мастера работают рядом с молодыми специалистами.

— Вы принципиально не делаете охотничью одежду. Однако анималистские запонки Stefano Ricci показывают ваш интерес к охоте. Существуют ли другие охотничьи мотивы в вашей моде?

— Символом нашей семейной компании является американский орел. Некоторые вещи коллекции действительно навеяны охотой, под которой мы понимаем не временную моду, а школу жизни, спорт и отдых. Охотой, которую я понимаю как уважение к природе. Это не про шутки о невероятных охотничьих байках, а про пребывание на природе в любую погоду.

— Почему дизайн ваших магазинов столь помпезен и даже брутален?

— Бруталный стиль? Я не так все это вижу! Мои магазины созданы из благородных материалов, таких как бриар, травертин, хрусталь. Многие вещи изготовлены флорентийскими мастерами. Это и лучший фарфор, стекло с ручной гравировкой, с использованием золота и серебра, столовое серебро ручной работы. Гармоничное расположение костюмов, галстуков, рубашек. Эта такая игра баланса, которую я разделяю с директорами бутиков, которые приносят свои детали — ежедневные цветы и хороший бокал итальянского вина.

Беседовала Марина Прохорова