

Красивый бизнес

О роли выставок Pitti Uomo в модном мире

Дмитрий Безуглов |



Перед павильонами во время Pitti Uomo 86 (июнь 2014)

ПОСЛЕДНИЕ 60 лет Флоренция гордо носит звание «столицы итальянского стиля». Именно здесь обманчиво простое искусство жить в свое удовольствие сочетается с умением создавать предметы и объекты, за это удовольствие отвечающие. К самому началу 50-х годов прошлого века синьор Джорджини (бонвиван, богач и человек, одинаково тонко понимавший и стиль, и бизнес) уже зарекомендовал себя на американском рынке как вдумчивый байер, занимавшийся предметами искусства и легкой промышленностью. Джорджини пристально следил за модными тенденциями еще со времен появления соломенных канотье и прекрасно понимал, сколь высок потенциал итальянских ремесленников и дизайнеров. Чтобы привлечь к ним внимание, он задумал вписать в график модных мероприятий закрытый показ итальянской одежды. Пользуясь связями и обаянием, 12 февраля 1951 года синьор Джованни Джорджини (Биста — для друзей) смог привезти нескольких американских редакторов моды и восемь байеров (среди которых были закупщики большого американского универмага Bergdorf



Показ Юн-Джи Ямамото (Pitti Uomo 67, январь 2005)

Показ юбилейной коллекции Trussardi 1911 (Pitti Uomo 79, январь 2011)



Goodman) к себе на виллу, чтобы представить коллекции аристократических марок: Roberto Capucci, Emilio Pucci, Alberto Fabiani и Emilio Schubert (и других, теперь, к сожалению, уже не существующих). В фильме, посвященном расцвету итальянской моды и показанном в кинотеатре «Одеон» в рамках специальной программы международной выставки мужской моды Pitti Uomo 86, проходящей дважды в год, в январе и июне, Джованни с улыбкой, полной смущения и озорства, говорил: «Это была форменная авантюра, которая удалась. Заявки на следующий сезон оставили более трехсот журналистов — для этого хватило заметок четырех блестящих редакторов».

Следующий же показ, случившийся в июле 1951-го, действительно привлёк больше трехсот журналистов и по понятным причинам не мог проходить на скромной вилле. Так итальянская мода обрела лучшую из возможных площадок: Белый зал в Палаццо Питти, главном флорентийском замке. Историческая громада обрела вторую жизнь, из музея торжеств эпохи Медичи превратившись в главный штаб зарождавшейся индустрии и подарив название фонду Pitti Immagine.

Многие века Флоренция считалась главным центром обработки и производства

кожаных изделий (неоспоримость этого подтверждается в каждом винтажном магазинчике: вы скорее найдете там кожаные сапоги или грозово-черный портфель Gianfranco Ferré, нежели легкое платье). Благодаря проделке Джованни она стала и центром пошива одежды и не оставляла этой позиции в течение добрых двадцати лет. В 1954 году был создан Флорентийский центр итальянской

моды, занимавшийся поддержкой и развитием итальянских брендов, и под его руководством уже в 1955 году даже показы в Белом зале перестали вмещать всех желающих. Основные показы были переброшены в Палаццо Строцци. Но главные шоу в Белом зале проводились вплоть до 1982 года, и каждое следующее было важнее предыдущего: показ в Сала Бьянка подтверждал высочайшее качество любой коллекции.