



LUCA RIGHESCHI / ПРЕДОСТАВЛЕНО STEFANO RICCI

«Наш бренд мало подвержен сиюминутным изменениям»

Стефано Риччи о моде и ответственном потреблении

БОЛЬШЕ 45 лет он ищет уникальные узоры для галстуков и рубашек. Его компания шьет мокасины и портфели из крокодиловой кожи стоимостью несколько десятков тысяч евро. The New York Times назвала его «портным для 0,001% населения», и при этом он не выносит термина «роскошь». Стефано Риччи, которому сейчас почти 70, в молодости продал подаренный отцом Mercedes-Benz, чтобы вложить деньги в создание первой собственной коллекции галстуков, а уже через два года, в 1974-м, дебютировал со своим брендом на главной выставке мужской моды Pitti Uomo.

Символ марки — орел, царственная птица, олицетворение власти и силы. Стенд Stefano Ricci в павильоне Classico Italia на Pitti Uomo привлекает к себе внимание манекенами с орлиными головами. Кстати, Classico Italia — это название не только павильона, но и профессионального объединения брендов, которые в 1987 году объявили своей миссией сохранение Флоренции в качестве центра традиционной мужской моды. Риччи выступил соучредителем консорциума, в который входят бренды Negro, Fray, Barba, Mandelli и другие.

В списке клиентов Stefano Ricci множество известных людей, например певец Элтон Джон. Был клиентом марки и политик Нельсон Мандела, с которым Риччи был дружен. На прием в Букингемский дворец в свою честь президент ЮАР Мандела явился в черной жаккардовой рубашке и широких брюках-саксах Stefano Ricci. The New York Times назвала этот стиль «казино-

шик», но, по словам самого Манделы в пересказе сына Стефано Риччи, Филиппа, креативного директора компании, королева одобрительно отозвалась о рубашке.

В эпоху так называемого business of hype, правящей бал уличной моды и гендерной амбивалентности компания Стефано Риччи — гордого флорентийца, страстного охотника, любителя сигар и коллекционера автомобилей — прочно занимает позицию в нише индивидуального ручного пошива мужской одежды из самых дорогих и редких материалов и развивает бизнес по всему миру: в США, Европе, России, Индии, Китае (первый бутик в Шанхае бренд открыл в 1993 году).

Во время короткого визита в Москву господин Риччи ответил на несколько вопросов корреспондента «Ъ-Стиль».

— Впервые вы показали свою коллекцию на Pitti Uomo в 1974 году. Изменилась ли выставка за последнее время?

— Я начал в 1972 году — выпустил первую линию галстуков, а Pitti приняла меня в 1974-м. Заниматься одеждой я начал только в 1991 году, тогда появилась первая полноценная коллекция. Я не смысло ничего в графике и даже рисунках, зато все знаю о тканях, нитях. Главное, что я ценю в мужской одежде, — качество, именно на это я обращал внимание на выставке и в 70-х, и сейчас. Pitti Uomo — центральное событие в мире мужской моды, я пропустил всего несколько за эти годы. Конечно, сейчас все быстро трансформируется, но так как наш бренд мало подвержен сиюминут-

Нельсон Мандела в костюме Stefano Ricci на приеме в Букингемском дворце

Первая линия галстуков Stefano Ricci, выпущенная в 1972 году

