



ФИЛОСОФИЯ ИМПЕРАТОРА

Билл Альбертс

Один из самых узнаваемых и престижных мировых брендов принадлежит человеку, чью карьеру называют феноменальной. В интервью дизайнер Джорджо Армани рассказал корреспонденту *Pen World* о том, как попал в мир моды, как шел к успеху и как оправдались его юношеские мечты

Философия Армани — эталон строгой деловой этики. Ни подход к работе, ни цели прославленного дизайнера за годы работы почти не претерпели изменений. Он всегда верил в трудолюбие и упорство в стремлении достичь поставленной цели. Вдохновение и решимость — вот залог успеха. Если вдохновение — основа творческого процесса, то решимость дисциплинирует и придает силы. Сам же Армани собственным творчеством постоянно не удовлетворен, хотя и добился невозможного. Наверное, во многом благодаря своей же философии: эволюция, а не революция — вот что особо важно для мира моды. «Чтобы оставаться модным и успешным, я должен постоянно предла-

гать нечто новое и в то же время оставаться верным самому себе и собственному представлению о стиле». Это постулат Армани.

Будущая звезда итальянского дизайна родился в Пьяченце, учился на медицинском факультете Миланского университета, служил в армии, а потом занимался закупками для крупного итальянского универмага «Ла Ринашенте». Поворотным моментом в его биографии стало предложение Нино Черутти занять должность главного дизайнера (Армани до этого пробовал ассистировать фотографам и оформлял витрины). Так в 1961 году 27-летний Армани начал разрабатывать модели для марки *Hitman*. Все годы работы у Черутти, рассказывает Армани, его друг Серджо Галиотти постоянно подталкивал приятеля открыть собственное дело. В конце концов это и было сделано. «Я послушался совета Серджо, продал свой подержанный «фольксваген» и открыл офис (деловую сторону бизнеса Серджо взял на себя). Мы были молоды и наивны, а главное, нам нечего было терять. Но совершенно неожиданно все закрутилось...»

«Сегодня как никогда мода все настойчивее вторгается в нашу жизнь. Ведь мода — это не просто то, как мы одеваемся. Она диктует нам, где жить, в каких ресторанах обедать, в каких автомобилях ездить, куда направляться на отдых и в каких отелях останавливаться.

Я абсолютно уверен в том, что тем, кто предпочитает одеваться и оформлять свой дом от *Armani*, понравится идея останавливаться в отеле или на курорте *Armani*, говорить по мобильному телефону или писать ручкой от *Armani*.





GIORGIO ARMANI

Меня не покидает мысль, что Армани мог бы стать всеобъемлющим брендом стиля жизни. Если интуиция подсказывает, что я могу внести свой вклад в какую-то новую для меня область, я берусь за представление данной продукции от Armani, будь то отель, или автомобиль, или даже коллекция пирожных!»

Армани уверен, что хороших вещей не может быть слишком много, хотя в действительности продолжает двигаться в противоположном направлении, постоянно увеличивая предложение товаров с именем Армани и все расширяя свою империю.

Стиль, утонченность, элегантность, качество и простота — вот основа успеха знаменитой марки. Другими словами, сочетание формы и материалов должно быть простым и гармоничным. Поэтому, когда в наших руках оказывается любое изделие от Armani, мы всегда вспоминаем о творческом кредо мэтра: «Превыше всего я ценю элегантность. Элегантность — вот ключ к удаче».



В 1974 году Армани показал первую коллекцию мужской, а в 1975 году — женской одежды pret-a-porter. Он отказался от рюшечек и бантиков, провозгласив главным принципом своего творчества абсолютный минимализм. Его визитной карточкой стал очень похожий на мужской женский блейзер. Благодаря ему Армани попал на обложку журнала Time, став вторым после Кристиана Диора дизайнером, удостоенным подобной чести.

Именно Армани изменил построй классического костюма и предложил такие нетрадиционные сочетания, как твидовый пиджак с кожаными брюками или джинсами, а также цветную мужскую одежду мягкого покроя для свободного времени.

В 1981 году Армани представил «параллельную» коллекцию — «Эмпорио Армани», одежду для молодых по более низким ценам.

Одним из первых он сделал модным свежий аромат. После Aqua de Gio духи со свежими и легкими запахами стали производить все.

Армани построил свою империю буквально из ничего и завоевал рынок практически во всем мире. И он убежден, что успех зависит только от него самого. В конце 1990-х его дом стал одним из самых доходных домов моды в Италии, его годовой оборот в 1998 году составил 850 миллионов долларов.



*Элегантная, как и любое творение
от Armani, Regal Collection
представлена в виде шариковой ручки
(4000 долларов США),
роллера (5000 долларов США)
и перьевой ручки (5500 долларов США)*



Одно из последних достижений мира Армани — первое лимитированное издание новой серии ручек от Giorgio Armani — Regal Collection, мастерски выполненное знаменитой итальянской компанией Tibaldi. Авторучки продаются не только сами по себе, но и в комплекте или как часть набора делюкс: чернила, конверты и специальные канцелярские принадлежности от Giorgio Armani в черной лаковой шкатулке ручной работы.

Торец колпачка и перья из 18-каратного золота с родиевым покрытием украшены инициалами GA и очаровательным ободком из стерлингового серебра с рутениевым покрытием. Для того чтобы придать основе каждого корпуса уникальный вол-

нистый фон (на нее затем вручную наносятся еще девять слоев прозрачной эмали), каждую из авторучек обрабатывают вручную.

Ручки Regal можно приобрести в бутиках Giorgio Armani и у официальных дилеров фирмы Tibaldi.

Более подробную информацию о продукции от Армани можно получить на сайте giorgioarmani.com

Pen World

ЖУРНАЛ О МИРЕ ПИСЬМА ДЛЯ ЦЕНИТЕЛЕЙ РОСКОШИ

Эти и другие материалы журнала «Мир Ручек»
Вы можете найти на сайте www.ElitePen.ru

Copyright © ООО «Мир Ручек»

Все права на материалы охраняются в соответствии с законодательством РФ.
Любое использование возможно только с письменного разрешения правообладателя.