

Дім Гуччі. Сенсаційна історія вбивства, божевілля, гламуру та пожадливіості

Підзаголовок документальної книжки відомої письменниці та журналістки Сари Форден говорить сам за себе — це насправді сенсаційна історія про вбивство, божевілля, розкіш та пожадливість. Авторка майстерно переплела два споріднені сюжети: драматичну історію родини Ґуччі, сповнену розбрату, судової тяганини, взаємних непорозумінь і на додаток обтяжену замовним убивством, і оповідь про злети та падіння уславленого бренду Guccі й безпрецедентні успіхи, яких врешті-решт досягнув цей видатний виробник предметів розкоші й товарів класу люкс. Сповнена справжнього драматизму, ця книжка протягом кількох років залишалася бестселером у Європі та США, і не дарма італійська преса, згадуючи відомий серіал, назвала «Дім Ґуччі» «по-справжньому новою “Династією”».

С а р а Г е й Ф о р д е н

ДІМ
Г У Ч Ч І

СЕНСАЦІЙНА ІСТОРІЯ
ВБИВСТВА, БОЖЕВІЛЛЯ,
ГЛАМУРУ ТА ПОЖАДЛИВОСТІ



ВИДАВНИЧИЙ ДІМ
Ф А Б У Л А
#PRO

Сара Гей Форден

ДІМ ҐУЧЧІ:

сенсаційна історія вбивства, божевілля, гламуру та пожадливості



ВД «Фабула»
2022

Оригінальна назва твору: THE HOUSE OF GUCCI

Copyright © 2001, 2000 by Sara Gay Forden

© О. Татаренко, пер. з англ., 2021

© ВД «Фабула», 2022

ISBN 978-617-522-053-5 (epub)

A hardcover edition of this book was published in 2000 by William Morrow, an imprint of HarperCollins Publishers.

Усі права збережено. Жодна частина цієї книжки не може бути відтворена в будь-якій формі без письмового дозволу власників авторських прав

Електронна версія створена за виданням:

Форден Сара Гей

Ф79 Дім Ґуччі: сенсаційна історія вбивства, божевілля, гламуру та пожадливості / пер. з англ. О. Татаренко. — Харків : ВД «Фабула»,

2022. — 384 с. + 16 с. іл.

ISBN 978-617-09-6694-0

Підзаголовок документальної книжки відомої письменниці та журналістки Сари Форден говорить сам за себе — це насправді сенсаційна історія про вбивство, божевілля, розкіш та пожадливість. Авторка майстерно переплела два споріднені сюжети: драматичну історію родини Гуччі, сповнену розбрату, судової тяганини, взаємних непорозумінь і на додаток обтяжену замовним убивством, і оповідь про злети та падіння уславленого бренду *Gucci* й безпрецедентні успіхи, яких урешті-решт досягнув цей видатний виробник предметів розкоші й товарів класу люкс. Сповнена справжнього драматизму, ця книжка протягом кількох років залишалася бестселером у Європі та США, і недарма італійська преса, згадуючи відомий серіал, назвала «Дім Гуччі» «по-справжньому новою “Династією”».

УДК 82-312.6

Шановний читачу!

Спасибі, що придбали цю книгу.

Нагадуємо, що вона є об'єктом Закону України «Про авторське і суміжні право», порушення якого карається за статтею 176 Кримінального кодексу України «Порушення авторського права і суміжних прав» штрафом від ста до чотирьохсот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або виправними роботами на строк до двох років, з конфіскацією та знищенням всіх примірників творів, матеріальних носіїв комп'ютерних програм, баз даних, виконань, фонограм, програм мовлення та обладнання і матеріалів, призначених для їх виготовлення і відтворення. Повторне порушення карається штрафом від тисячі до двох тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або виправними роботами на строк до двох років, або позбавленням волі на той самий строк, з конфіскацією та знищенням всіх примірників, матеріальних носіїв комп'ютерних програм, баз даних, виконань, фонограм, програм мовлення, аудіо- і відеокасет, дискет, інших носіїв інформації, обладнання та матеріалів,

призначених для їх виготовлення і відтворення. Кримінальне переслідування також відбувається згідно з відповідними законами країн, де зафіксовано незаконне відтворення (поширення) творів.

Книга містить криптографічний захист, що дозволяє визначити, хто є джерелом незаконного розповсюдження (відтворення) творів.

Щиро сподіваємося, що Ви з повагою поставитеся до інтелектуальної праці інших і ще раз Вам вдячні!

Кілька схвальних слів про «Дім Гуччі»

Я мав можливість познайомитися із цією книжкою заздалегідь, і, на мою думку, вона написана просто чудово. Сара Форден здійснила дивовижне дослідження, намагаючись зрозуміти історію та найважливіші події в історії «Дому Гуччі». В її книжці багато непідробної пристрасі.

*Доменіко Де Коле,
голова та CEO Gucci Group,
видавець журналу Women's Wear Daily*

Ще ніколи мода не була настільки драматичною — і небезпечною. Ця добре документована сага, присвячена трьом поколінням родини Гуччі, починається вбивством у Мілані, замаскованим під страту через помсту, і веде читача у світ одного з найрозкрученіших модних брендів нашого часу. Сара Форден — інсайдер моди, головна редакторка італійського журналу L'UNA — крок за кроком розплутує неймовірну історію про те, як купка жадібних і звадливих Гуччі поступово втратила контроль над своєю імперією, а логотип «GG» став синонімом лоферів.

*Тері Агінс,
авторка публікацій про моду у Wall Street Journal
і книжки «Кінець моди»*

Міс Форден змішала родинну драму та великі фінанси у пікантну та складну розповідь... І те, що в неї вийшло, виявилось більш захопливим, ніж кримінальний трилер.

The Economist

Гламур, жадібність, секс, стиль та просто незрівнянно гарні шкіряні

вироби — чого ще бажати (хіба що знижки у 30 відсотків)?

*Майкл Гросс,
автор книжки «Моделі»*

«Дім Гуччі» — прониклива хроніка злету та падіння родинного бізнесу, яка наочно свідчить, що навіть величезні успішні компанії, створені однією родиною, часто не в змозі вижити без професійного управління та зовнішніх інвестицій. І головна причина цього — особисті риси засновників та їхніх наступників.

Wall Street Journal

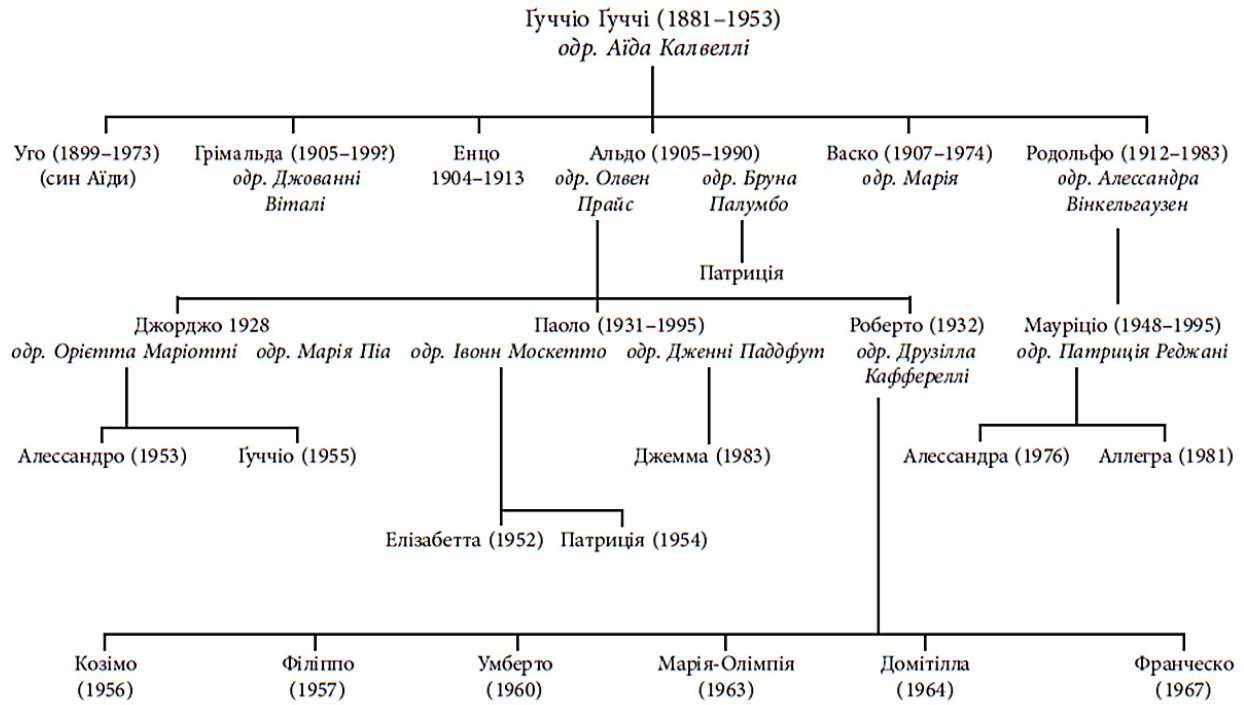
Від історії, написаної Сарою Форден, неможливо відірватися. Авторка з легкістю проводить читача лабіринтами інтриг, шалених чвар, взаємної ненависті та марнославства. До того ж вона чітко орієнтується в найзаплутаніших ситуаціях, добре знається на цифрах і спирається тільки на ті факти, що мають солідне підґрунтя...

International Herald Tribune

«Дім Гуччі». У цій книжці йдеться не так про кримінальний злочин, скільки про долю бізнесу. І це не дивно, адже Сара Форден тривалий час працювала очільницею бюро журналу *Women's Wear Daily* в Мілані, а її тісні зв'язки з індустрією італійської моди допомогли створити деталізований та змістовний текст, сповнений інформації, отриманої з перших рук... Отже, це уважний погляд на родину Гуччі та їхню компанію в максимальному наближенні.

Brill's Content Magazine

ГЕНЕАЛОГІЧНЕ ДЕРЕВО РОДИНИ ГУЧЧІ



Присвячується Джулії

1. Одна смерть

У понеділок 27 березня 1995 року о 8:30 ранку Джузеппе Онорато підмітав листя, що нанесло вітром до входу в будівлю, де він працював швейцаром. Він приїхав сюди о восьмій, як робив кожного робочого дня, і його першою справою було відчинити двоє величезних дерев'яних дверей будинку на Віа Палестро, 20. Чотириповерхова будівля в ренесансному стилі містила апартаменти та офіси і розташовувалася в одному з найбільш вишуканих кварталів Мілану. По той бік вулиці - серед високих кедрів і тополь простягалися доглянуті газони та звивисті доріжки *Giardini Pubblici*^{1} — оазис затишку та безтурботності у сповненому смогу стрімкому місті.

У вихідні місто провіяв теплий вітер, прибравши постійну завісу смогу і прихопивши з дерев минулорічне пожухле листя. Того ранку Онорато виявив, що вхід засмічено, і поспішив змести листя, перш ніж із будівлі почнуть виходити і заходити люди. Давня служба у війську прищепила йому відчуття порядку та відповідальності, хоча й не зламала його дух. У свої сорок із гаком років чоловік був охайно вдягнений, і відразу кидалося в очі, що він ретельно стежить за собою: його білі вуса мали ідеальну форму, а волосся, яке ще лишилося на голові, лежало волосок до волоска. За походженням він був сицилійцем із містечка Кастельдачча, але, як і багато інших мешканців півдня країни, із часом переїхав на північ у пошуках роботи і більш заможного життя. Після звільнення з армії (він віддав службі цілих чотирнадцять років) Онорато вирішив оселитися в Мілані, де довгий час працював на різноманітних випадкових посадах. У 1989 році він отримав місце швейцара на Віа Палестро, і звідтоді щодня їздив на невеличкому моторолері до місця роботи і назад, до своєї оселі в північно-західній частині міста, де мешкав разом із дружиною.

Лагідний, із ясними блакитними очима та відкритим обличчям, із сором'язливою усмішкою, Онорато утримував територію, прилеглу

до входу в будинок, у бездоганному стані. Шість до блиску відполірованих східців червоного граніту, що вели до масивних вхідних дверей, сяюче скло у дверях і блискуча кам'яна підлога вестибюлю свідчили про його щоденні сумлінні зусилля. У дальній частині вестибюлю розташовувалася маленька застлана кабінка — робоче місце швейцара зі столом і стільцем, але він рідко перебував там, бо йому більше подобалося впорядковувати довірену територію.

У Мілані Онорато ніколи не почувався по-справжньому затишно. Хоча місто й надало йому роботу, але це було майже єдине, що він тут мав. Його бентежила упередженість багатьох північних італійців щодо *meridionali* — тобто людей із півдня, і часом досить було одного підозрілого погляду або зневажливого слова, щоби його розсердити. Втім, він ніколи не відповідав на образи, але й не схиляв голови перед тими панамі.

«Я маю таку саму цінність, як отой пихатий чоловік,— думав собі Онорато,— хай він і заможний або родом із якоїсь званої родини».

Підмітаючи, Онорато підвів погляд і помітив якусь людину на протилежному боці вулиці. Того ранку він уже звернув увагу на цього чоловіка, коли відчиняв двері. Тоді той стояв позаду маленької зеленої автівки, припаркованої майже перпендикулярно до проїжджої частини, вітровим склом до *Giardini Pubblici*, і трохи подалі від будинку, де працював Онорато. Зазвичай машини на Віа Палестро шикувалися вздовж бордюру: це була одна з небагатьох вулиць у центрі Мілану, де парковка досі залишалася безкоштовною. Водії ставили свої машини під кутом, капотом до бордюру. Година була рання, і крім цієї автівки навколо ще не було жодної. Також увагу швейцара привернув номерний знак: він був прикріплений так низько, що майже торкався асфальту.

Онорато зацікавився: які справи могли привести сюди цього чоловіка о такій годині? Чисто поголений та добре вдягнений, він мав на собі світло-коричневе пальто і, ні на що не відволікаючись, увесь час дивився вздовж Корсо Венеція^{2}, немовби на когось чекаючи. З певною заздрістю швейцар зазначив, що в незнайомця густе, темне і хвилясте волосся, і мимоволі торкнувся долонею власної передчасної лисини.

Відтоді, як на цій вулиці в липні 1993 року вибухнула бомба, він дивився усіма очима.^{3} Той вибух сколихнув усе місто. Машина, нафарширована динамітом, убила п'ятьох перехожих і зруйнувала Музей сучасного мистецтва, перетворивши будівлю на купу уламків бетону, сталевих балок та пилу. Того ж вечора в Римі вибухнула ще одна бомба, пошкодивши церкву Сан-Джорджіо-ін-Велабро в історичному центрі міста. Згодом стало зрозуміло, що ці вибухи були пов'язані з тим терактом, що трохи раніше стався у Флоренції на Віа деї Георгофілі^{4}. Там загинули п'ятеро, поранення отримали понад тридцять людей, а також були знищені десятки витворів мистецтва, що зберігались у будинку поруч із місцем вибуху.

Сліди цих злочинів згодом привели поліцію до боса сицилійської «Коза Ностри» Сальваторе «Тото» Рїїни. Його вже було заарештовано за вбивство 1992 року провідного борця з італійською мафією Джованні Фальконе. Щоб помститися за свій арешт, Рїїна наказав своїм бойовикам знищити декілька найцінніших культурних пам'яток Італії. Пізніше він був звинувачений як у вбивстві Фальконе, так і в терористичних актах, і отримав аж два довічні терміни ув'язнення. Італійська політична поліція *DIGOS*, чиє призначення — протидія актам тероризму, провела тоді співбесіди з усіма швейцарами і прибиральниками вулиць в околиці Віа Палестро. Онорато повідомив поліціантам, що того дня бачив підозрілого туриста, який вештався біля одного із входів до парку. Відтоді він почав робити короткі нотатки в блокноті, який тримав у себе в зашкленій кабінці, позначаючи там усе, що здавалося йому незвичним або підозрілим.

«Ми — очі і вуха цього району,— пояснював Онорато одному зі своїх армійських приятелів, які час від часу навідувалися до нього випити кави.— Нам відомо, хто приходить і хто йде звідси. Це важлива частина нашої роботи — спостереження».

Онорато розвернувся й потягнув до себе праву стулку дверей, аби вимести звідти останні декілька листків. Зайшовши за двері та залишивши їх прочиненими, він почув кроки на сходах. Пролунав знайомий голос: «*Buongiorno!*»^{5}.

Обернувшись, Онорато побачив Мауріціо Ґуччі, який мав офісні приміщення на другому поверсі. Зараз він швидко біг східцями, сповнений енергії, як зазвичай, а поли його пальта з верблюжої вовни розліталися навсібіч.

«*Buongiorno*, докторе»,— відказав Онорато з усмішкою, підводячи руку на знак вітання.

Онорато знав, що Мауріціо належить до знаменитої флорентійської родини Ґуччі — родини, яка заснувала славетну фірму з виробництва предметів розкоші. В Італії ім'я Ґуччі завжди асоціювалося з витонченістю та стилем. Італійці пишалися художнім смаком і давніми ремісницькими традиціями, тож ім'я Ґуччі завжди було серед тих, кого шанобливо згадували разом із *Ferragamo* та *Bulgari* — символами якості та майстерності. Вихідцями з Італії були також декілька найкращих світових дизайнерів — наприклад, Джорджо Армані та Джанні Версаче, але слава Ґуччі походила з тих часів, коли ті дизайнери ще навіть не народилися. Мауріціо був останнім із Ґуччі, хто керував родинною фірмою, перш ніж два роки тому її було продано його фінансовим партнерам. Наразі ті партнери виношували плани, як зробити бренд *Gucci* більш демократичним, а сам Мауріціо, який більше не мав жодного стосунку до родинного бізнесу, відкрив власний офіс на Віа Палестро.

Він мешкав просто за рогом вулиці, у величному палацо на Корсо Венеція, і щоранку між 8:00 та 8:30 приходив на роботу пішки. Інколи він користувався власним ключем, аби відімкнути парадні двері, і опинявся в себе нагорі навіть раніше, ніж швейцар починав робочий день.

Час від часу Онорато замріяно прикидав, як би це було — опинитися на місці Мауріціо. Той був більш ніж заможним, вельми привабливим і ще досить молодим чоловіком, мав неймовірно красиву дівчину — високу струнку білявку. Саме вона колись допомагала Ґуччі оздоблювати його офіс на другому поверсі екзотичними мистецькими витворами з Китаю, канапами та кріслами у вишуканій оббивці, кольоровими драпіровками та коштовними картинами. Також вона часто приходила вдень, щоби побачитися з Мауріціо за ланчем: одягнена в костюми від Шанель,

із бездоганно вкладеною гривною білявого волосся. Обоє вони здавалися Онорато ідеальною парою, а їхнє життя — майже райським.

Ледве Мауріціо Ґуччі дістався верхньої сходинки та рушив вестибюлем, темноволосий чоловік, який досі тупцяв біля машини, з'явився у дверях. Наступної миті Онорато зрозумів, що він чекав саме на Ґуччі. Дещо його здивувало: чоловік раптом зупинився біля підніжжя сходів, де починалася сіра килимова доріжка, яку на сходинках притримували начищені латунні стрижні. Мауріціо й досі не помічав, що хтось увійшов слідом за ним, а незнайомиць навіть спробував покликати його на ім'я.

Поки Онорато спостерігав за обома, чоловік розстебнув пальто, і в його руці з'явився пістолет. Він простягнув руку зі зброєю в напрямку спини Мауріціо — і натиснув спусковий гачок. Швейцар, який перебував на відстані ледь більше метра, заляк на місці із мітлою в руках. Шок від того, що коїлося, буквально паралізував його й не дозволив навіть спробувати зупинити стрільця.

Один за одним дзвінко клацнули три швидкі, відчутно приглушені - постріли.

Не в змозі поворушитися, Онорато із жахом спостерігав за подіями. Він бачив, як перша куля влучила в пальто Ґуччі трохи вище правого стегна. Другим пострілом стрілець поцілів у ліве плече жертви. Онорато встиг зауважити, як здригалася ворсиста тканина пальта Мауріціо, коли чергова куля пронизувала її. «Це не схоже на те, як у когось стріляють у кіно», — чомусь спало йому на думку.

Ґуччі втримався на ногах — і нарешті обернувся. На його обличчі був спантеличений вираз. Він глянув на чоловіка зі зброєю, жодним чином не показавши, що впізнає його, потім кинув погляд на швейцара, наче питаючи: «Що тут коїться? Чому? Чому це відбувається зі мною?».

Третя куля пробила його праву руку.

Коли Ґуччі зі стогоном упав на підлогу, кілер наблизився й останнім пострілом поцілів йому у праву скроню. Тоді розвернувся, щоби піти,

але на мить зачепився поглядом за Онорато, який із жахом дивився на нього.

Онорато помітив, як темні брови чоловіка злетіли вгору із таким подивом, ніби він узагалі не помічав присутності швейцара.

Рука кілера й досі залишалася простягнутою вперед, і наразі дуло пістолета повернулося, уп'явшись точно в Онорато. Той розгублено подивився на зброю, помітивши глушник, потім пальці, що охоплювали руків'я пістолета — вони здалися йому довгими, доглянутими, а нігті — ніби вбивця щойно вийшов з манікюрного салону.

Якусь мить, що здалася йому вічністю, Онорато дивився кілеру в очі. А потім почув власний голос.

«Ні-і-і!» — несамовито волав він, відступаючи назад. Обидві його руки були простягнуті вперед, долоні розкриті, наче він намагався сказати: «Я нічого не бачив! І не маю до цього жодного стосунку!»

Кілер ще двічі вистрілив в Онорато, потім миттєво розвернувся і вибіг у двері. До вух швейцара долетів якийсь дзвін, а трохи згодом він зрозумів, що цей звук надходить від пістолетних гільз, що й досі танцювали на гранітній підлозі.

«Неймовірно! — майнуло в нього в голові.— Але ж я не відчуваю найменшого болю! Невже, коли в людину влучають, їй зовсім не боляче?». Чомусь йому стало цікаво, чи відчував біль Мауріціо Гуччі.

«То ось як це буває,— розмірковував далі він.— Тепер я помру... Який сором — померти ось так, наглою смертю. Це просто несправедливо!»

Аж раптом Онорато усвідомив, що й досі стоїть. Тоді поглянув униз, на свою лівицю, яка дивно висіла. Кров крапала з рукава. Він повільно нахилився і всівся на першу з гранітних сходинок.

«Принаймні, я хоча би не впав»,— подумав він, морально готуючись до смерті. Він пригадав дружину, службу в армії, вид на море й гори з містечка Кастельдаччі. А потім нарешті збагнув, що його лише поранили — обидві кулі влучили в ту саму ліву руку, і вмирати ще

зарано. На нього нахлинула хвиля щастя. Трохи згодом він повернувся і побачив нагорі на сходовому майданчику, у калюжі крові, що ставала дедалі більшою, мертве тіло Мауріціо Гуччі. Той витягнувся, коли падав, і тепер лежав на правому боці, його голова опинилася на згині правої руки.

Онорато спробував покликати на допомогу, але, відкривши рота, не почув власного голосу — лише якесь незрозуміле сичання.

За декілька хвилин, усе голосніше й голосніше, почулося завивання сирени, а потім звук раптово урвався, коли поліцейська автівка із виском загальмувала перед будинком номер 20 на Віа Палестро. Звідти вистрибнули четверо карабінерів зі зброєю напоготові.

«То був довговолосий молодик із пістолетом», — тільки і спромігся простогнати Онорато зі своєї сходинки, коли озброєні чоловіки кинулися до нього.

2. Династія Ґуччі

Криваві бризки утворили на килимі та білих стінах вестибюлю — там, де лежав Мауріціо,— візерунки у стилі абстракцій Джексона Поллока. На підлозі перекочувалися гільзи. Власник кіоску, розташованого на протилежному боці вулиці, почув відчайдушний крик Онорато й негайно викликав карабінерів.

«Там доктор Ґуччі,— промовив Онорато, вказуючи вцілілою правою рукою на верх східців, де лежало нерухоме тіло Мауріціо.— Він що, мертвий?»

Один із карабінерів опустився навколішки перед Мауріціо та натиснув пальцем на артерію на його шії. Не відчувши пульсу, карабінер мовчки кивнув. Адвокат Фабіо Франчіні, який щойно прибув на заплановану зустріч із босом, із безпорадним виглядом зіщулювався на холодній сходинці поруч із тілом Мауріціо. Він залишався там упродовж наступних чотирьох годин, поки навколо працювали правоохоронці та медичні експерти. Коли з'явилися «швидка» і ще декілька поліцейських автівок, перед будівлею утворився невеличкий натовп. Медики одразу взялися за Онорато: його завантажили у «швидку» безпосередньо перед тим, як на місці злочину з'явився цілий загін карабінерів.

Капрал Джанкарло Тольятті — високий, довготелесий білявий офіцер, який майже двадцять років пропрацював у відділі розслідування убивств, почав оглядати жертву замаху. В останні роки його основним обов'язком були справи, пов'язані із ворожнечею різних кланів албанських іммігрантів, які переважно оселялися в Мілані. У його кар'єрі це був перший випадок, пов'язаний з міською елітою,— не кожного дня заможного бізнесмена холоднокровно розстрілюють просто в центрі міста.

«Хто він?» — спитав Тольятті, схилившись над тілом.

«Це Мауріціо Ґуччі»,— відповів один із його колег.

Тольятті глянув на нього із глузливою посмішкою.

«Звісно ж, а я — Валентіно»,— саркастично погодився він, згадавши вічно засмаглого і темноволосого модного дизайнера з Риму. Ім'я Ґуччі в нього завжди асоціювалося зі знаменитим флорентійським будинком шкіряних виробів. Що б мав робити хтось із Ґуччі в міланському офісному будинку?

«Як на мене, він виглядав таким самим трупом, як і будь-хто інший»,— пізніше згадував капрал Тольятті.

Капрал обережно витяг із-попід млявої руки Мауріціо купу залитих кров'ю газетних вирізок і зняв із зап'ястка годинник від Тіффані, що впевнено цокав. Поки він дбайливо оглядав кишені Мауріціо, з'явився Карло Носеріно, прокурор міста Мілан. Тепер місце злочину мало вигляд хіба що не демонічний: купа операторів та репортерів, медиків та правоохоронців — як карабінерів, так і поліціантів, не беручи до уваги вуличних роззяв у величезній кількості. Стурбований тим, що в цьому гармидері можуть бути знищені ключові докази, Носеріно спитав, який підрозділ прибув сюди першим. Звісно ж, одним із неписаних правил в італійських правоохоронців є таке: той, хто першим прибуває на місце скоєння злочину, той і веде справу далі. Дізнавшись, що першими прибули карабінери^{6}, Носеріно негайно спровадив поліцію і наказав зачинити двері вестибюлю, а частину тротуару біля входних дверей відгородити, щоб утримувати на відстані дедалі більшу юрбу сторонніх осіб. Потім Носеріно піднявся сходами туди, де Тольятті оглядав тіло Мауріціо Ґуччі.

Спершу Носеріно та слідчі вирішили, що постріл у скроню Мауріціо Ґуччі скидається на страту в дусі мафії. Шкіра та волосся навколо рани були обпалені, і це свідчило, що стріляли майже впритул.

«Це робота професійного кілера»,— зронив Носеріно, вивчаючи рану, а потім підлогу, де команда слідчих виявила шість відстріляних гільз, обвівши їх крейдяними колами.

«І справді — класичний *colpo di grazia*^{7}»,— погодився колега Тольятті, капітан Антонелло Буччол.

Загалом вони почувалися дещо дезорієнтовано. Надто вже багато куль було випущено, а двоє свідків — швейцар Онорато й молода жінка, яка майже зіткнулася з кілером, коли той вибігав із дверей,— залишилися живими. Якби тут працював справжній професіонал, традиційний «удар милосердя» навряд чи знадобився би.

Тольятті витратив якихось півтори години, щоб оглянути труп Мауріціо, але на вивчення деталей життя підприємця знадобилося ще майже три роки.

«Про Мауріціо Гуччі ми не знали фактично нічого,— пізніше згадував Тольятті.— Перед нами постало завдання: взяти його життя і прочитати, немов книгу».

АБИ ЗРОЗУМІТИ ДОЛЮ МАУРІЦІО ГУЧЧІ та особливості родини, із якої він походив, треба глибоко знати тосканський характер. Тосканці не схожі на привітних емілійців, аскетичних ломбардців або безладних римлян, вони зазвичай украй індивідуалістичні та пихаті. Вони почувуються так, ніби є головним джерелом культури та мистецтва Італії, й особливо пишаються своїм внеском у походження сучасної італійської мови, за яку здебільшого треба дякувати Данте Аліг'єрі. Через зарозумілість, самодостатність та закритість перед сторонніми дехто називає їх «італійськими французами». А відомий італійський романіст Курціо Малапарте не дарма назвав один зі своїх найуспішніших романів *Maledetti Toscani*, тобто «Клятві тосканці».

У своєму «Пеклі» Данте згадує «*il fiorentino spirito bizzarro*»^{8}. Ексцентричний флорентійський, себто тосканський, дух також може бути різким та саркастичним, готовим на гострий коментар чи жарт, як ми бачимо в Роберто Беніньї, оscarоносного режисера та провідного актора стрічки «Життя прекрасне».

Коли 1977 року читач журналу *Town & Country* запитав Роберто Гуччі, двоюрідного брата Мауріціо, чи могли би Гуччі походити з іншої частини Італії, Роберто невимовно здивувався.

«Так само ви могли би запитати мене, чи могло би к'янті походити з Ломбардії,— розреготався він.— Тоді це було би не к'янті — так само як Ґуччі не були би Ґуччі! — Роберто широко розвів руками.— Яким чином ми могли би виявитися не флорентійцями, якщо ми є такими, якими є?»

У крові Ґуччі пульсувала бурхлива історія купецького класу Флоренції, що налічує багато сторіч. У 1293 році «Постановами правосуддя»^{9} Флоренцію було визнано незалежною республікою. Поки влада не перейшла до рук Медічі, містом керували *arti* — двадцять одна купецька та ремісничка гільдія. Назви цих гільдій навіть сьогодні збереглися у назвах вулиць: Віа Кальцайолі (шевців), Віа Картолаї (виробників канцелярського приладдя), Віа Тессіторі (ткачів), Віа Тінторі (фарбувальників) та багато інших. Грегоріо Даті, торговець шовковими тканинами за часів Ренесансу, писав: «Флорентієць, який не є торговцем, який не подорожував світом, не знався з іноземними націями та племенами, а згодом не повертався до Флоренції із певним прибутком, не має тут найменшої поваги».

Кінець безкоштовного уривку. Щоби читати далі, придбайте, будь ласка, повну версію книги.

Епілог

За тиждень перед 12 березня 2001 року (цього дня найвідоміші дизайнери зазвичай презентують осінньо-весняні колекції готового одягу) найбільш бажаним був квиток не на якийсь модний показ, а на довгоочікуване відкриття експозиції *Les Années Pop* у Центрі Помпіду, коспонсорами якої були *Gucci* та *Yves Saint Laurent*. *Les Années Pop* була не лише першою важливою культурною подією під егідою *Gucci Group*, а й яскравим виходом на сцену паризького модного, культурного та громадського життя. Це дійство розпочиналося ще назовні: високо над входом висіла гігантська, мерехтлива, примхливо підсвічена версія портрету Елізабет Тейлор роботи Енді Воргола, ніби вітаючи відвідувачів. Гарні молоді охоронці у чорних смокінгах і з величезними чорними парасольками супроводжували гостей крізь вечірню мжичку довгим чорним килимом, що тягнувся аж до парадних дверей. Усередині кілька ескалаторів доправляли відвідувачів п'ятьма поверхами вище, де на них чекала експозиція, а слідом — фуршет із шампанським у модному ресторані *George V*. Том Форд створив містичну атмосферу, оздобивши щаблі ескалаторів багряно-червоним підсвітлюванням, що перетворювало постаті та обличчя людей, що рухалися нагору, на потік примхливих силуетів. Усе це скидалося скоріше на перші кадри якоїсь стрічки про Джеймса Бонда, ніж на урочисте відкриття мистецької виставки.

Гості прибували потоком, який, коли придивитися, найбільше нагадував віртуальний перегляд довідника «Хто є хто у французькій моді, мистецтві та бізнесі». Власник *PPR* та акціонер *Gucci* Франсуа Піно прибув разом зі своїм діловим оточенням. Серед інших присутніх можна було побачити ікону моди П'єра Кардена, знаменитостей Бьянку Джаггер та Кьяру Мастоаянні, Карін Ройтфельд, яка нещодавно стала головною редакторкою французької версії журналу *Vogue*, редакторку американської версії *Vogue* Анну Вінтур, оглядачку *International Herald Tribune* С'юзі Менкес, молодого англійського дизайнера Александра Макквіна, чий модний дім нещодавно придбала *Gucci Group*, та багато інших. Пожвавлені крижаним шампанським, гості захоплено розхвалювали експозицію, розташовану на п'ятому

поверсі. Там були зібрані найвидатніші об'єкти сучасної поп-культури, створені між 1956 і 1968 роками. Ці 200 витворів мистецтва, 100 архітектурних проєктів та 150 речей повсякденного вжитку, в тому числі відома сукня «Мондріан» від Іва Сен-Лорана; вбрання від винахідника мініспідниці Андре Куррежа, П'єра Кардена та Пако Рабанна; а також строката колекція пластикових виробів — тогочасних портативних радіоприймачів, кухонного обладнання, телевізорів, столів, стільців, контейнерів для зберігання речей та наборів пластикового посуду від французького виробника *Tupperware*.

Ім'я Тома Форда ширяло в повітрі — наступного дня мала відбутися презентація колекції готового одягу від *Rive Gauche*, створеної ним. Він ледве вислизнув із натовпу, що утворився навколо нього в барі, залишивши Доменіко Де Соле підтримувати бесіду.

Де Соле перебував у найкращій формі. Відтоді, як минулого літа вони з Томом здобули перемогу у війні з *LVMH*, він з головою занурився в процес перетворення *Gucci* на мультибрендову групу. Після купівлі *Sanofi Beauté*, до якої входив дім моди Іва Сен-Лорана та безлічі ліцензій на парфуми, починаючи від історичного бренду *Roger & Gallet* і закінчуючи *Fendi*, *Oscar de la Renta* та *Van Cleef & Arpels*, *Gucci* придбала 70 відсотків акцій елітного італійського виробника взуття *Sergio Rossi*, 100 відсотків ювелірної компанії *Boucheron*, 85 відсотків женецького люксового виробника годинників *Bedat & Co* та 66,7 відсотків бренду шкіряних товарів *Bottega Veneta*. Ще одним кроком Де Соле і Форда, що шокував усю галузь, стала нова стратегія купівлі акцій модних будинків молодих перспективних дизайнерів. Хоча їм не вдалося одразу укласти угоду з дизайнером чоловічого одягу Геді Сліманом, у грудні 2000 року вони придбали 51 відсоток акцій бізнесу талановитого британського дизайнера Александра Макквіна, буквально вихопивши їх із-під носа Бернара Арно. Де Соле повідомив пресі, що ця угода не має нічого спільного із тривалими юридичними баталіями *Gucci* з *LVMH*.

На початку квітня 2001 року *Gucci* оголосила про угоду з ще однією молодою дизайнеркою — Стеллою Маккартні, донькою Пола та Лінди Маккартні. Її роботи для бренду *Chloé* свідчили про високу

обдарованість цієї дівчини. Наступним молодим дизайнером у списку придбань *Gucci* став Ніколя Жеск'єр — він зробив собі ім'я в легендарному домі високої моди *Balmain*, який *Gucci* купила 2001 року.

«Ми з Томом довго радилися про те, як залучити нові дизайнерські таланти,— розповідав Де Соле в березні 2001 року під час інтерв'ю в Мілані перед показом готового жіночого одягу від *Gucci*.— Існують молоді, неймовірно талановиті дизайнери, вони не потребують завеликого інвестування у порівнянні з широко відомими брендами, а повернення вкладених грошей може бути майже астрономічним».

На додаток до цього «шопінгу», протягом останніх років *Gucci* зосередилася на впорядкуванні знесиленого бізнесу Іва Сен-Лорана, позбавившись 100 з наявних у нього 167 ліцензій. Її метою було перетворення дому високої моди на такий, що самостійно здійснює контроль над виробництвом та розподілом товарів, окрім окулярів та деяких дрібниць. *Gucci* провела реструктуризацію фабрик *YSL*, об'єднала операції, що раніше дублювалися, оновила магазини і розробила спільно з архітектором Вільямом Софілдом прототип своїх нових магазинів, що був реалізований у торговельному комплексі *Bellagio* в Лас-Вегасі.

Створена Томом Фордом рекламна кампанія історичних парфумів від Іва Сен-Лорана *Orium* миттєво стала сенсацією. До участі в рекламі була залучена рудоволоса актриса Софі Дал — вона позувала оголеною, в екзотичному макіяжі та туфлях на шпильках. Ця реклама завоювала нагороду в Іспанії та викликала в багатьох інших країнах скандальні відгуки, чим і зберегла для *Gucci Group* сотні тисяч доларів на додаткову рекламу.

Подальшій оптимізації сприяли кроки, спрямовані на створення та ефективне використання синергії всіх частин *Gucci Group*. Компанія *Sergio Rossi* почала виробляти взуття від *YSL*, *Gucci Timepieces* зосередилася на виробництві та розповсюдженні годинників для усіх брендів групи, а власні торговельні заклади *Gucci* розпочали продавати косметику *YSL* у США.

«Тепер, якщо ви купуєте помаду в *Saks Fifth Avenue* у Нью-Йорку,— любив повторювати Де Соле,— то вона потрапляє зі складу *Gucci* в Нью-Джерсі».

Також Де Соле сформував групу нових кмітливих керівників підрозділів, переманивши їх у головних конкурентів *Gucci*. Найбільшим успіхом виявився перехід до компанії Джакомо Сантуччі із *Prada*, який став новим президентом *Gucci Division*. У *Prada* Сантуччі був не лише комерційним директором, а й виконував функції другого генерального директора поряд із Патриціо Бертеллі. Він керував просуванням групи на Далекий Схід та її дебютом у косметичному бізнесі. Тьєррі Андретту переманили із *Celine*, бренду *LVMH*, а Массімо Маккі прийшов із *Bulgari* — здійснювати контроль за виробництвом ювелірних виробів та годинників. Американський стиль керівництва *Gucci*, високі зарплати та приваблива програма акційних опціонів стали широко відомими у всій галузі.

«Людям хочеться працювати у *Gucci*,— зазначав Де Соле в одному з інтерв'ю.— Цей бізнес не має інших активів, крім людей. Наразі я можу брати на роботу кого заманеться!»

Де Соле і Форд передбачили, що й сама *Gucci* також надалі зростатиме. Протягом попередніх років компанія оновила магазини у Нью-Йорку (однак магазин на П'ятій Авеню залишився таким, яким він був після амбітної реконструкції, що здійснив Альдо Ґуччі 1980 року), Парижі та Римі, відкрила новий магазин у Японії, повернула собі контроль над франшизами в Сінгапурі та Іспанії та викупила у *Zamasport* її гілку готового одягу для жінок.

Згодом Де Соле і Форд, поклавшись на допомогу *Yves Saint Laurent*, узяли курс на закріплення своїх позицій у вищій лізі паризької моди. Але невдовзі обидва зрозуміли, що цього дуже нелегко досягти. У жовтні 2000 року дебютна колекція Форда для *YSL* отримала схвальні відгуки у пресі. Форд показав чорно-білі жіночі брючні костюми зі зміцненими плечима та декілька простих суконь. Форд із Де Соле запросили на це шоу Іва Сен-Лорана та його ділового партнера П'єра Берже. Показ був улаштований в одноповерховій розбірній будівлі, зведеній посеред вишуканого саду паризького музею

Родена. Цей аскетичного вигляду чорний паралелепіпед гостро контрастував з архітектурою особняка вісімнадцятого століття, ретельно доглянутими деревами і трояндовими кущами. Похмуре фіолетове сяйво всередині, важкі аромати та оббиті чорним атласом сидіння натякали на релаксацію в маренні, а не на модний показ. Однак цей «чорний ящик» — якийсь журналіст охрестив його «скринькою для коштовностей *YSL*» — являв собою арену, на якій мала бути перевірена здатність Тома Форда прийняти спадок від одного з найвидатніших дизайнерів усіх часів.

Як і очікувалося, відлюдник Сен-Лоран не з'явився, але Берже прийшов і сидів у першому ряду із критичною міною на обличчі. В подальшому критики стверджували, що добре підготоване, але вельми лапідарне шоу тяжіло до лискучого та сексуального стилю *Gucci*, ніж до творчої спадщини Іва Сен-Лорана. Модні редактори шепотілися між собою, що, можливо, Форду не треба було братися за одночасну розробку показів *Gucci* та *YSL*.

«Я знав, що це буде жорстко,— згодом зізнавався Форд.— Але я не ставив перед собою мету стати Івом».

Ступінь напруги зріс, коли Ів Сен-Лоран після відсутності на дебютному показі готового одягу від Форда для *YSL* у січні 2001 року з'явився на дебютному показі чоловічої колекції від Геді Слімана для *Christian Dior*. Телерепортери помітили Сен-Лорана за бесідою з Бернаром Арно, і камера зафіксувала кілька його невдоволених реплік, одна з яких звучала так: «Месьє Арно, витягніть мене із цієї афери!». Негайно втрутився бізнес-партнер Сен-Лорана — П'єр Берже: «Ів! Тут усюди мікрофони, не кажи жодного слова!».

Запис був оприлюднений на одному з місцевих каналів, і хоча Сен-Лоран не конкретизував причину свого невдоволення, модна спільнота припустила, що він мав на увазі саме продаж бізнесу з виробництва готового одягу *YSL*, і тепер із нетерпінням чекала на спалах нової війни між виробниками товарів класу люкс.

Отже, вечірка з шампанським у Центрі Помпиду була не чим іншим, ніж майстерним прийомом з метою просування *Gucci* в паризькому

модному істеблішменті. А справжня перевірка чекала на Тома Форда наступного дня.

Чотирнадцятого березня 2001 року Доменіко Де Соле спостерігав, як збуджений натовп журналістів, модних редакторів, покупців та фотографів починає заповнювати вже згаданий «чорний ящик» перед широким показом нової осінньої колекції від *YSL*. Поки Том Форд за кулісами востаннє вивчав вигляд моделей із макіяжем «смокі айз» перед тим, як випустити їх на подіум, Де Соле, зайнявши стратегічну позицію на сходах, відстежував, хто з поважних роздрібних торговців, модних редакторів та ділових партнерів прийшов подивитися на роботу Форда.

Попри блискучий успіх виставки *Les Années Pop*, справжня оцінка таланту Тома Форда цілком залежала від наступних двадцяти хвилин на подіумі *YSL*, і ніщо не варто було сприймати як належне. Вогні згасли, музика стала гарячішою, і моделі рушили подіумом — наче жива присвята найкращим богемним дням Іва Сен-Лорана. За винятком двох перших шовкових суконь — одна рожева, інша трояндова — колекція була витримана в абсолютно чорному кольорі: сексуальні прозорі блузи, що вільно спадали поверх широких корсетних поясів та спідниць з воланами, м'які блузки із басками, вдягнені на екзотичні шарфи-спідниці, що спускалися аж до сандалій із ремнями, блискучі елегантні смокінги, накинуті поверх спідниць «фламенко», і ще безліч обтислих спідниць. Сильною стороною колекції була сучасна інтерпретація стилю Іва Сен-Лорана.

Усе ще залишаючись на сходах, Де Соле полегшено зітхнув. Наступного дня модні редактори, журналісти та покупці визначили цю колекцію як одне з найяскравіших явищ поточного сезону. Том Форд і *Gucci* знову осіддали модну хвилю; щоправда, цій ейфорії не судилося тривати довго.

Наступного дня Бернар Арно перетягнув на себе загальну увагу заявою, що затьмарила захоплення модних оглядачів від «скриньки коштовностей *YSL*»: після перемовин, що тяглися майже до другої ночі, *LVMH* найняв на роботу досить маловідомого дизайнера з Уельсу на ім'я Джуліан Макдональд, аби замінити Маквіна у *Givenchy*. Хоча

показ від Форда пройшов цілком успішно, наступного дня всі газети присвятили великі заголовки *LVMH* та *Givenchy*.

Суперництво та юридичний спаринг між *Gucci* та *LVMH* сягнули нових висот. *LVMH* активно дотримувалася звичної політики експансії через безліч придбань, серед яких опинилися італійський дизайнерський бренд *Emilio Pucci*, американські денний спа-центр *Bliss* і б'юті-бренд *Hard Candy*, бренди розкішних годинників *TAG Heuer* та *Ebel*, виробник люксових сорочок *Thomas Pink*, косметична фірма *BeneFit*, бізнес *Donna Karan* та спільне підприємство з гігантом із видобутку алмазів *De Beers Consolidated Mines Ltd.* Також Арно знайшов цілу низку нових талановитих менеджерів. У березні *LVMH* оголосила рекордні результати за 2000 рік — продажі групи стрибнули на 35 відсотків, сягнувши 10,9 мільярда доларів, а 2001 року прогнозувались подвоєння продажів та істотне зростання прибутку.

За кілька тижнів *Gucci* повідомила, що її результати перевищили навіть найоптимістичніші прогнози 2000 року: доходи збільшилися на 83 відсотки — до 2,26 мільярда доларів, а прибутки сягнули рівня у 336,7 мільйона доларів.

«2000 рік був критичним,— сказав Де Соле журналістам, які зібралися в амстердамському готелі *Hilton*, аби почути звіт про результати його діяльності.— Цього року відбулися найскладніші зміни в історії компанії відтоді, як вона стала публічною, оскільки *Gucci* еволюціонувала від стану “одна компанія — один бренд” до мультибрендового об'єднання. А ще ми довели, що вміємо керувати краще за інших. Ми продемонстрували швидкий та агресивний стиль управління».

На юридичному фронті, після двох років гарячих зіткнень у залі суду, справа *Gucci* проти *LVMH* й досі тривала. *LVMH* продовжувала подавати позови як із метою скасувати альянс із *PPR*, так і намагаючись примусити *PPR* зробити повну заявку на *Gucci*. Восени 2000 року *Gucci* подала скаргу до антимонопольного комітету Європейського Союзу, стверджуючи, що *LVMH* порушує загальноєвропейський закон про конкуренцію. У цій скарзі стверджувалося, що *LVMH* зловживає позицією акціонера *Gucci*,

намагаючись негативно вплинути на її стратегію придбань, і містився заклик до *LVMH* продати її 20,6 відсотків акцій. У січні 2001 року *LVMH* повернулася до суду й висловила готовність прийняти пропозицію, зроблену *PPR* у травні — червні 2000 року щодо купівлі її акцій за ціною 100 доларів за штуку. Однак юристи *PPR* відповіли, що ця пропозиція більше не діє.

Розумні та помірковані придбання *Gucci*, її успіхи в корпоративному командобудівництві, п'янкі миті перемог та ретельний правовий захист не спромоглися компенсувати потужний удар, який компанія отримала 8 березня, лише за тиждень до тріумфу «скриньки коштовностей». Того дня суддя Гууб Віллемс із Підприємницької палати апеляційного суду Амстердама — господарського суду, що мав особливі повноваження переглядати корпоративні акти, зокрема ті, що стосувалися банкрутств та випадків поганого керування,— нарешті вирішив відкрити слідство щодо альянсу *Gucci* з *PPR*, зокрема, тієї угоди, яка ще 1999 року допомогла компанії відбитися від зазіхань *LVMH*. Суд також наказав *Gucci* фінансувати це розслідування, що мало проводитися трьома незалежними слідчими, призначеними судом. *LVMH* під час цього судового засідання пообіцяла: якщо угода з *PPR* буде анульована, вона обмежить свою частку в *Gucci* поточними 20,6 відсотків і не домагатиметься призначення свого представника в раду директорів, а також не втручатиметься у керівництво *Gucci* або її стратегію придбань. Ба більше: *LVMH* запропонувала створити групу провідних міжнародних інвестиційних банків для нового збільшення капіталу *Gucci* на 3 мільярди доларів, аби вона не постраждала через відмову від готівки, отриманої в рамках угоди з *PPR*.

«Унаслідок скасування транзакції від *PPR* та дій *LVMH* *Gucci* знову стане незалежною компанією, тоді як сьогодні, із 44 відсотками, що належать *PPR*, вона залишається контрольованою,— заявляв представник *LVMH* Джеймс Лібер.— Отже, компанія може стати об'єктом повної заявки третьої сторони за ціною, що може включати контрольну надбавку, а це буде на руку всім акціонерам *Gucci*, у тому числі і *LVMH*».

Рішення суду розслідувати дії керівництва *Gucci* скасувало попереднє рішення від травня 1999 року, коли суд підтримав альянс *Gucci* із *PPR*, постановивши, що *Gucci* мала право захищати себе. У червні 2000 року *LVMH* домоглася успіху у скасуванні цього рішення Верховним судом Нідерландів. У вересні Верховний суд наказав Підприємницькій палаті провести повторну перевірку угоди *Gucci* — *PPR* і запропонував, щоби Підприємницька палата провела офіційне розслідування, перш ніж робити будь-які висновки. Спершу *Gucci* оголосила про намір співпрацювати зі слідством, але на кінець березня 2001 року компанія, так само як і *PPR*, заявила, що оскаржуватиме рішення.

Тим часом юристи *LVMH* звинуватили Тома Форда й Доменіко Де Соле у таємній угоді про опціони, яку вони уклали з метою убезпечити угоду *Gucci* з *PPR*. *Gucci* заперечила це, пояснивши, що немає жодного зв'язку між угодою з *PPR* та наданням опціонів, підтриманим правлінням компанії ще у червні 1999 року. Тоді *LVMH* продемонструвала конфіденційний документ з архіву юрисконсульта *Gucci* Алана Таттла (за твердженням юристів *Gucci* і самого Таттла, цей документ був викрадений), стверджуючи, що меморандум Таттла є доказом існування таємного пакта з надання опціонів — і *Gucci* довелося ще раз відповісти, що це припущення довільне і не відповідає дійсності.

Отже, у середині травня 2001 року *Gucci* працювала з первинними запитами слідчих, а її команда юристів прочісувала щоденники та робочі документи, готуючись до захисту. Результати розслідування очікувалися не раніше вересня. Адвокати *Gucci* та пресекретарі, коли журналісти розпитували їх про хід розслідування, транслювали цілком упевнену, незворушну позицію, а Де Соле особисто проголосив, що альянс із *PPR* буде підтриманий судом.

Однак судові атаки *LVMH* тривали, доводячи його хіба не до сказу.

«Можна, я вам дещо скажу? — якось запитав Де Соле у групи - журналістів, які намагалися взяти в нього інтерв'ю перед початком регати *Trofeo Zegna* в Портофіно, у якій він брав участь на вітрильнику свого давнього приятеля Луки Бассані.— Отже, запам'ятовуйте:

ridmi
ТВІЙ УЛЮБЛЕНИЙ КНИЖКОВИЙ

КУПИТИ