A STRING OF PEARLS
ЖЕМЧУЖНАЯ НИТЬ



стр. 2-3 Вилла Беллария в Сан Ладзаро ди Савена (BO) до реставрации, 1927 год
Фото из внутренних архивов Furla

Введение



стр. 7 Альдо и Маргарита Фурланетто в Александрии, Египет (круиз на «Вулкании»,1943 год)

История Furla – это история мечты. Мечты моего отца. Трое его детей – Карло, Паоло и я – пронесли его мечту туда, где он больше всего хотел её видеть: в будущее. Мы открыли дорогу вперёд его идеям, мечтам и чувствам. Когда меня спрашивают, какой у меня девиз, я отвечаю всего одно слово: «вперёд».

Отец был человеком необычайной чувствительности. Столь же необычным оказалось его умение построить компанию, непохожую на другие. Компанию, имеющую свои ценности – такие как красота, строгость, грация. И простота.

Простота не в банальности. Отнюдь. Простота в превосходстве. Поистине тяжело сделать так, чтобы что-то сложное не выглядело сложным. Чтобы оно казалось лёгким. Сделать сумку, которую кто-то почувствует своей, просто увидев её однажды в магазине. Дотронувшись до неё. Взяв её в руки. Сумку, которая будет сопровождать вас в течение всего дня, а может, и всей жизни. С которой вам будет хорошо.

Когда я решила написать эту книгу – точнее, когда меня уговорили это сделать – я испытала глубокое чувство гордости за то, что смог создать мой отец. За те ценности, которые он привил нам, своим детям, и, как следствие, компании. Но неожиданно ещё одно чувство дало о себе знать. Столь же сильное, сколь отличное от других. Скромность. Потому что я не хочу присваивать себе эту удивительную историю. И не хочу, чтобы кто-то подумал, что я пытаюсь это сделать. Я принадлежу ко второму поколению семейного бизнеса, который в последние годы сильно развился под моим руководством. Но я не забываю, что я в прямом смысле лишь «выживший». И груз ответственности перед теми, кто рядом со мной, присутствует постоянно. Мои братья – Карло и Паоло – давно скончались, и теперь я в ответе за историю и ценности Furla, дарованные мне судьбой. И, прежде всего, я в ответе за более 2 500 человек, работающих в Furla по всему миру.

Моя цель – нести мечту двух поколений в будущее, вперёд. В меру своих возможностей. Делая всё, что я могу. Отдавая всё, что у меня есть. Всегда. Ради своего поколения и особенно ради тех, кто был до меня. Когда-то родители передали свою мечту мне и моим братьям, как и мы когда-нибудь передадим её кому-то другому. Как будет видно из нашей истории, как-то наступил момент – один из поворотных в истории Furla – когда я осознала, что компания переживёт испытание временем. В будущем. Возможно, в чьих-то других руках. Никто не знает, что ждёт нас в будущем, но на сегодняшний день бренд, лицо компании и её восприятие настолько ясны, сильны и прозрачны, что я твёрдо убеждена: Furla – и компания, и бренд – пришли, чтобы остаться. Как говорят в мире моды – иногда не к месту – «мы бренд».

Финансовый отчёт по этому году – с его ростом и дивидендами – я собиралась посвятить своим братьям и отцу. Но, видимо, врождённая скромность, унаследованная мной и братьями от отца, всё же взяла верх, и посвящения не произошло. Эта книга посвящена моему отцу Альдо, Карло и Паоло. А названа в честь моей мамы Маргариты, которая украшает обложку книги и, что самое важное, задаёт её философию.

Мамина жемчужная нить всегда была для меня символом её благодати, нежной красоты и утончённой элегантности. Маме бы понравилось, как развивалась Furla – словно жемчужная нить: шаг за шагом, жемчужина за жемчужиной. Постепенно мы сами стали производителями и дизайнерами; добавляя по одному магазину, расширяясь на один за другим города и континенты. Но при этом оставаясь преданными общей гармонии. Ведь нет смысла добавлять на жемчужную нить драгоценные камни. Морской природный камень, вдохновлявший поэтов, художников и композиторов, и по сей день поражает своей неуловимой грацией, оставаясь необъяснимым источником вдохновения. Он дарит нам столь желанные моменты красоты. Они бесценны, как память о моей маме и её улыбке.



стр. 13 Джованне Фурланетто 3 года

Папа



стр. 15 Маргарита Фурланетто с сыном Паоло

На этом фото моей маме Маргарите немного за двадцать. Она так красива. Она благородна и очень мила. В ней есть особая грация. Её улыбка. Её жемчужная нить. Её сдержанная элегантность. Её глаза светятся огнём даже на старых чёрно-белых фотографиях 1930-х годов. Молодая девушка с грациозными манерами и сильным характером. Всё как у женщин Фриулии. Мой отец Альдо очень похож на Кеннеди: напористый взгляд, слегка вздёрнутая эспаньолка, поблёскивающая в лучах утреннего солнца, и красивые пиджаки.

Он обладал харизмой сильного и решительного мужчины, наделённого глубокой чувствительностью. Встреча Маргариты и Альдо была случайной. Они встретились на экскурсии по Сасолунго в Валь Гардене, организованной Миланским офисом Альпийского клуба Италии. И папа, и мама родились во Фриулии. И это была любовь с первого взгляда. Стоял 1938-й год. Они начали писать друг другу письма – у отца был крошечный и чрезвычайно аккуратный почерк: даже на визитной карточке он мог умудриться поместить целое письмо. Наконец, они снова встретились. Это отец попросил маму о встрече с ним. Но поскольку мама плохо его запомнила, они договорились, что отец будет держать под мышкой газету. А дальше была помолвка. Среди приглашённых на свадьбу был президент Альпийского клуба Италии, прославший им накануне росписи письмо с такими словами: «Из вашего приглашения следует, что вы познакомились в Сассолунго. А раз так, то мне это крайне приятно». Он также похвалил молодую пару за «добродушие горных влюблённых».

Добродушие. Самое замечательное наследие, которое могли оставить наши родители своим семерым детям. Есть вещи слишком тонкие и сложные, чтобы описать их в словах или цифрах.

Моя мама была особенной женщиной – нежной и сильной одновременно. Мне нередко приходилось читать, что она основала Furla вместе со своим мужем. Но с семью детьми

ей просто некогда было работать. Ей удавалось управлять столь большой семьёй (девять нас плюс две домохозяйки) радостно и словно без усилий. Когда отец отвозил её в отпуск, она была счастлива.

Наши детские воспоминания – это послевоенный период и большой дом под Болоньей на склонах С. Микеле в Боско. Это мебель в стиле бидермейер, такая классическая и буржуазная – настоящая романтика 19-го века. И лакированно-чёрный блеск древовидных эрик. Идея простоты и гармонии возникла как реакция на изыски имперского стиля.

Наши воспоминания также связаны с семейным загородным домом моей мамы – примерно в 20 км от Удине. Со строгой архитектурой, тему которую я теперь раскрываю в своём стиле – с чистыми линиями и притягивающей внимание простотой. Так я открываю свои тайны тем, чей вкус готов к их восприятию.

Я помню, что у отца была привычка, которую он пронёс через всю жизнь. Он начищал сумки (или, лучше сказать, квинтэссенцию аксессуаров Болоньи) рукавом своего серого фланелевого костюма в полоску, пока те не становились совершенно безупречными и не начинали ему нравиться. Отец каждый день учил нас чувству эстетической гармонии и простоты, не говоря при этом ни слова – просто на собственном примере.

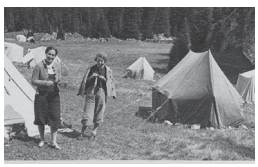
Для 1920-х и 1930-х годов мой отец был необычным предпринимателем. Никто из тех, кто стучал к нему в дверь с какой-либо идеей, никогда не получал от ворот поворот. Отец всем дарил своё внимание и доверие, если человек был того достоин. А ещё он оказывал людям помощь, совместимую с размером его кошелька. Если проект казался отцу убедительным, он становился его неформальным инвестором. Отец верил в добродетель идей и в их содержание. Я помню, что в день моей свадьбы в наш дом доставили шкатулку. В ней были белые бусины из слоновой кости на золотой цепочке. К сожалению, она потерялась во время одного из переездов. Этот подарок вместе с открыткой отправил человек, которого я не знала. Это был кто-то, кому отец помог создать с нуля небольшую компанию.

Отец был простым человеком, но он коллекционировал предметы искусства – в основном, скульптуры. Поэтому когда я вышла замуж, я ему сказала: «Папа, пожалуйста, мне ничего не нужно». Он и так уже вложил деньги в наш дом… А я была первой из семерых детей, кто вступил в брак. Но поскольку отец настаивал, я попросила его подарить мне одну из его скульптур, которую я до сих пор храню в своём кабинете. Это распятие работы Лучано Мингуцци – невероятно трогательная фигура Христа, которого создал в трёх экземплярах Мингуцци. Один из них и в наши дни стоит в Ватикане.



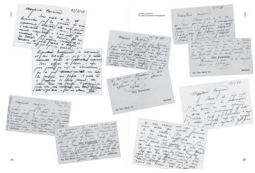
стр. 17 Маргарита Фурланетто, поход в предгорье, Сассолунго

Отец был одним из первых ценителей этого художника. Отец имел очень опытный «глаз». Он попросил Мингуцци изваять двух воров в сопровождение Христу. Это невероятно красивое и волнующее произведение искусства. Одна из работ, которые я люблю больше всего.



стр. 17 Маргарита Фурланетто в Сассолунго

Отец всегда призывал нас читать и сам имел необычный вкус (среди прочего он любил Папини), и мы унаследовали от него большое уважение к написанному слову. В минуты отдыха в руках отца всегда была книга. Он был искренне увлечён литературой Мне невероятно повезло, что я постоянно ходила с ним на художественные выставки, в то время как мои братья и сёстры вечно придумывали отговорки, чтобы погулять с друзьями. Поэтому с отцом ходила я.



стр. 18-19 Письма и мысли, написанные Альдо Фурланетто Маргарите

Он был предпринимателем, опередившим время. Кем-то вроде Оливетти. Он был поистине дальновидным, но очень строгим родителем. Но особенно строг отец был к самому себе. Он проявлял мягкость к двум-трём младшим детям, оставаясь при этом очень необычным человеком, способным показать свои чувства в опере или глядя на эдельвейсы.

Честно говоря, такая чувствительность для мужчины редкость. Отец был невероятно строгим, но умным человеком. Он понимал важность знания иностранных языков и путешествий. Он постоянно ездил в командировки по стране, часто выезжал в Германию, Францию и Чехословакию за жемчугом, блёстками, кристаллами и стразами.



стр. 20 «Распятие», автор Лучано Мингуцци

Со мной же всегда оставался один из братьев. О том, чтобы пойти одной в кино или на концерт, не могло быть и речи. Но при этом в 16 лет отец отправил меня одну в Лондон. Там я жила в доме родителей моего друга – друга по переписке (в то время, за неимением смс и Whatsapp, мы писали друг другу письма).

Семья, приютившая меня на время этих удивительных каникул, была русской. Буржуазная семья, переехавшая в Лондон и жившая возле Мраморной арки.

Мой отец целиком доверил меня им – для него было крайне важно, чтобы я совершенствовала свой английский.

Даже в этом мой отец опередил своё время. Свободное владение английским языком впоследствии стало частью стратегии моего профессионального роста. В моей молодости по-английски не говорил никто (даже сегодня, в 2018-м году, всё, что выходит за рамки общих знаний, у нас не сильно распространено). И это знание сыграло для меня роль мощного пропуска, открывающего очень многие двери. Я и так была довольно застенчива, а уж если к этому добавить ломаный английский… Та поездка в Лондоне стала первым разом, когда мне разрешили быть где-то одной. И это был Лондон. И удивительная семья, где я действительно чувствовала себя как дома. Одна из двух их дочерей рано умерла от лейкемии, и в этом доме меня приветствовали с большой заботой и теплом - как дочь и как сестру. В то лето мы много играли в теннис. Мы были молоды и беззаботны. И нас окружала такая безграничная безмятежность.

У нас было время для игр и для походов в музеи и театры. Тогда я впервые посетила Ковент-Гарден, по сей день остающийся одним из моих любимых мест в мире. Сколько было незабываемых вечеров… особенно один: семья, в которой я жила, была близко знакома с Нуриевым, и после одного из представлений меня позвали с ним познакомиться! Мы постучали, и он открыл дверь – величайший танцор всех вре-

мён. На нём был красивый ирландский белый свитер, взгляд его казался вызывающим, и он весь светился такой харизмой, которой я больше не встречала ни у кого в жизни. А эта королевская кошачья походка – он двигался как настоящий тигр. С этого момента я стала его поклонницей №1. Я видела его в Нью-Йорке, в Париже… Последний раз, когда я его видела, был, к сожалению, его последним появлением на публике. Это было в Париже 8 октября 1992 года: он курировал хореографию «Баядерки» для оперы, и я помню, что на нём был большой разноцветный шарф, укутывавший его как шаль. Никто точно не знал, чем он болен, но было очевидно, что он очень и очень плох. По окончании его практически выносили на руках. Видеть, как несут лишённого сил великого танцора и выдающегося атлета, было невыносимо.

Но ничто не могло лишить Нуриева его неповторимого королевского достоинства.

6 января следующего года я прочитала новость о его кончине. Это было больно, но не неожиданно – в тот вечер было ясно, что болезнь уже не оставила никакой надежды. Для меня Нуриев навсегда останется воплощением грации, силы и ожившей поэзии – всего того, что делает балет столь необычным видом искусства.

Не было ни разу, чтобы я слушала оперу или смотрела балет, и не вспомнила отца. Так же происходит на художественных выставках. Все мои чувства к искусству родом из детства, когда мы с отцом посещали музеи и выставки. Как человек своего времени, он любил древних мастеров, а я сразу полюбила новое современное искусство, а впоследствии и новейшее.

Разные взгляды, разные поколения, но я унаследовала от отца ту же силу чувств к искусству.

Ценности, которые прививал нам отец своим примером – это уважение и преданность. А ещё важность быть сильным. Было и то, что отец не любил: он не водил машину, но разрешал водить жене. Мама часто засыпала в машине, ожидая его на улице после совещаний в компании. В строгости отца было что-то трогательное. Когда он хотел подарить моей маме нашу сумку, он шёл к кассе и расплачивался. «Только так должно быть, а не иначе», - говорил он, словно платить в кассу собственного магазина – это самое естественное в мире.



стр. 23 Семейный дом семьи Маргариты в Марсуре ди Сотто, Поволетто, провинция Удине



стр. 23 Фотопортрет: Джованна Фурланетто с первыми четырьмя братьями и сёстрами. Слева направо: Паоло, Пьетро Антонио, Карло, Джованна и Даниеле

Когда отец решил отойти от прямого управления компанией, он не собирался наслаждаться заслуженным отдыхом. Он хотел посвятить своё время благотворительности и филантропической деятельности.

Он основал Fortitudo – спортивный центр для игры в футбол, хоккей с шайбой, баскетбол, настольный теннис и для занятий гимнастики. Его целью было занять чем-то детей, чтобы те не пропадали на улице. Теннисистов приглашали в Китай, а они приглашали в Болонью Челси. Отцу всегда нравилось думать по-крупному, даже когда речь шла о спорте и досуге.



стр. 24 Маргарита и Альдо Фурланетто в Египте

Он создал ассоциацию социальной реабилитации тех, кто вышел из тюрьмы. Вместе с партнёрами он основал фонд «Пастор Ангелика», предлагавший 50 мини-квартир людям с детьми-инвалидами, которым отказали отели. Когда мой отец умер, Furla была намного меньше, чем сейчас. Что бы он сказал, если б увидел нас сегодня? Надеюсь, он бы гордился и тем, насколько мы выросли, и тем, как именно мы росли – сохранив уважение к его ценностям. Добавляя жемчужину за жемчужиной, магазин за магазином, одну деталь за другой с заботой и любовью, как когда-то делал он.

Отец был скромным человеком, но я думаю, ему было бы приятно. Помню, как в разговорах о будущем, он говорил: «Как было бы здорово, если бы в каждом крупном городе Италии у нас было по магазину». Сегодня у нас больше 460 магазинов по всему миру. Мы начали с Италии и навсегда сохранили её в своём сердце. Даже когда Италия уже не была нашим основным рынком.



стр. 25 Фото со свадьбы Альдо и Маргариты

ПРОСТОТА ОТБРАСЫВАЕТ ОЧЕВИДНОЕ
И ПРИВНОСИТ ВАЖНОЕ

Творчество

Творчество не имеет никакого отношения к цене товара в магазине.

Никакого.

Это всё равно что сказать, что чтобы хорошо выглядеть, нужно тратить много денег. Это просто неправда. Нужно быть элегантным, а это совсем другое.

Мы появились как «доступная роскошь». Это определение впоследствии было украдено многими, и я предпочла заменить его сначала на термин из автомобильного мира - «премиум», а затем на «инклюзив». Создавать доступный продукт, имеющий характеристики того, что мы называем ‘value for price’ (выгодное соотношение цены и качества), является сложной задачей – профессиональной алхимией, охватывающей множество аспектов. Пока что нам удаётся достигать этой цели, но, надеюсь, люди не станут относиться к этому, как к чему-то само собой лёгкому в получении. Ведь это тот баланс, выровнять который очень сложно.

Рынок меняется, потому что сегодня всё в мире меняется с непредсказуемой скоростью. Невозможно в полной мере описать масштаб изменений, произошедших на рынке с тех пор, как я стала управлять семейным бизнесом.

Всё постоянно меняется, непрерывно развиваясь год за годом. Для людей из



стр. 29 SCисси, художница-победитель Премии искусств Furla в 2002 году со своей работой «Верёвка свяжет то, что не свяжут взгляды». Фото из зимней рекламной кампании 2010



стр. 31 «Furla и я». Рекламная кампания весна-лето 2012 под кураторством художницы Сисси

мира моды то, что происходит вокруг, представляет собой непрерывный источник вдохновения. Иногда мода интерпретирует эти изменения по-своему, а иногда даже предвосхищает их, при этом всегда (точнее, когда это интересно) имея чёткое представление, что в этой связи нужно исследовать, истолковать, а, возможно, даже просто понять. Тот, кто управляет компанией, не может следовать вчерашним формулам, даже если эти формулы привели фирму к успеху. Так они рискуют быстро отстать от всех тех, кто продолжает неустанно двигаться вперёд. Современный покупатель очень хорошо осведомлён – его «учили» тысячи источников информации цифровой эры, и он не простит тех, кто не поспевает за временем.

Хуже неработающего бренда может быть только бренд запылившийся – оставляющий впечатление, что о нём просто забыли.

Поэтому мне нравится быть окружённой молодёжью. Мой вкус неизбежно связан с моим возрастом, моим образованием и жизнью, которой я жила.

Так как же нам делать что-то новое по форме и по содержанию?

Когда на рынке появляется что-то оригинальное, внутренние работники фэшн-индустрии обычно концентрируются на его недостатках или на менее оригинальных источниках. Я считаю это большой ошибкой. Было бы умнее и уж точно логичней задаться другим вопросом. Почему что-то работает в пользу успешных брендов в конкретный период времени?

Ив Сен-Лоран при жизни – или, по крайней мере, в первой её половине – десятилетиями поляризовал общественное мнение. Так же как Хеди Слиман, вставший у руля Парижского дома моды и выбравший интересное направление, которое лично я люблю и как клиент, и как предприниматель. Gucci в видении Тома Форда или Gucci в видении Алессандро Микеле… неправильно видеть одного в перспективе сексуальности, а другого – как представителя слегка винтажного максимализма. Интереснее было бы узнать, почему покупатель в конкретный момент искал именно это. Почему именно эта эстетика, именно это поразительно чёткое видение? Как говорил Стив Джобс, главное – понять, что нужно покупателю до того, как он сам это понял. А ведь это совершенно другое.

Я думаю, такие примеры, как Сен-Лоран или Гуччи объясняют один важный момент. Даже самые мощные бренды работают, когда кто-то преподносит их через призму себя лично, профильтровывая собственные чувства. В противном случае вырисовывается самый страшный риск: риск покрыться пылью и начать наблюдать скорейший отток клиентов (и доходов).

Я всегда оставляла место в компании творческим умам – чтобы они могли лично интерпретировать то, что мы делаем, с учётом истории Furla. Конечно, иногда они предлагают то, чего лично я никогда бы не сделала. И я честно признаю, что нередко бывает сложно сохранить нужный баланс. Нет никакой цензуры или запретов – это отняло бы у этих ребят творчество. Но я оставляю за собой право и обязательство выражать свою точку зрения. Ненавязчиво. Этот баланс очень хрупок. Конечно, я делаю свой вклад, но делаю это малозаметно. На мне лежит огромная ответственность.

Уметь делегировать сложно, но в этом гарантия выживания компании. Те, кто придерживается философии «делай всё сам», вскоре поймут, что управляют фирмой, изжившей себя.



стр. 32-33 Фото из рекламной кампании авторства Saks, 1993

Этому есть наглядные примеры и в нашей отрасли, и за её пределами. Многие из тех, кто ведёт семейный бизнес, совершают эту естественную и в чём-то человечную ошибку. Поддерживать баланс, о котором я говорю – сложная задача.

Моя повседневная работа включает в себя глубокое уважение к работе других и к их видению – с вниманием к ДНК компании, приведшему нас туда, где мы есть. Все мы.

Furla – бренд, но Furla - это ещё и олицетворение определённого вкуса, который компания, благодаря множеству людей, поддерживала долгие годы. Художник Маурицио Каттелан – чрезвычайно остроумный, интеллигентный и самоироничный человек (очень важное для меня качество) - сказал однажды слова, по-настоящему запавшие мне в душу. Он сказал, что роскошь – это отказ от того, что можно легко себе позволить.

ДИЗАЙН ТОВАРА – КОРОЛЬ, ЦЕНА – КОРОЛЕВА

Методы



стр. 37 Микеле Костато с сыном Джузеппе



стр. 39 Магазин во Флоренции. *Фото из внутренних архивов Furla*



стр. 40 Шанхайский магазин Китайской международной трастовой и инвестиционной корпорации *Фото из внутренних архивов Furla*

Furla – это не бизнес-метод, это чувства. Это не метод, а история компании. Бизнес, созданный одним человеком без влияния чужого мнения, характеризует чётко-выраженная идентичность, и независимость течёт в его крови.

Слышать собственные чувства и мысли – вот один из множества уроков, которые преподал мне отец. Он всегда в меня верил. Когда я вступила в брак – первой из семи братьев и сестёр – и потом ушла из компании, отец попросил меня вернуться и выходить хотя бы после полудня. Тогда компания представляла собой ограниченное партнёрство моего отца и моих братьев Паоло и Карло. Отец оставил мне свою долю. Я была замужем, у меня было двое детей. Я стала работать только после полудня, и вскоре Furla поглотила меня целиком. Это полномасштабная компания. Она много даёт, но и многого требует. Мы испытали это на себе – я, мои братья и сёстры и мой муж, пока он был со мной. Метод ли это – быть постоянно самофинансируемой компанией?

Я думаю, да.

Furla развила знаковую розничную сеть. Мы сделали это смело, но действовали осмотрительно.

Чем больше я езжу по миру, тем больше убеждаюсь в том, что подозревала с детства. А именно: самая большая проблема Италии и, в частности, моего города – отсутствие среднесрочного/долгосрочного видения. Здесь все стремятся к быстрым результатам и краткосрочной радости. Я же попробовала быть последовательной, попыталась заложить основу компании в соответствии с моими ценностями. Как однажды сказал Гиччардини, я всегда пытаюсь отойти назад и

посмотреть на всю картину целиком, а не концентрироваться на её деталях. Честно говоря, писать книгу об управлении компанией для меня серьёзная задача, хоть это было и остаётся профессией, которую я выбрала и которую уготовила мне судьба. Чувства не могут сводиться к какой-то формуле. Так же, как вкус. Их нельзя подвести под уравнение.



стр. 41
Шанхайский магазин Китайской международной трастовой и инвестиционной корпорации *Фото из внутренних архивов Furla*

Мне приятно думать, что если и есть метод Furla, то он подразумевает чувства при принятии стратегических решений, необходимых в деловом мире.

Идеи, зародившиеся много лет назад в одном-единственном Болонском магазине на улице Уго Басси на первом этаже исторического здания, впоследствии перенеслись в более современное здание на улице Маркони. Отец просил архитектора Леоне Панкальди украсить помещение в пастельных тонах – аквамарин, бледно-голубой, сиреневый. И благодаря вкусу он смог придать достоинство одному из первых итальянских шоу-румов, который по факту стал отправной точкой для оптовых продаж модных аксессуаров. То, что не имело прецедентов в то время, в последующие годы стало нормой. Узкое и длинное пространство в нежных оттенках, будто очерченное линиями разных категорий товаров. Для такого города как Болонья это было нечто уникальное. Я всегда с уважением относилась к новым идеям. Красивый продукт должен быть качественно сделан и нести в себе аутентичность, как мы называем это на выдуманном языке маркетинга. Но мода – это не только продукт, и быть только им она не может. И так во много раз интереснее. Все компании, ставшие столпами индустрии моды, отличаются друг от друга, но у них всех есть общая черта: точная эстетика, передающаяся лицу бренда.

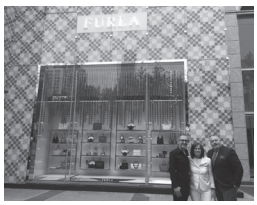




стр. 42 Джованна Фурланетто в качестве спикера участвует в первом саммите, посвящённом итальянской моде. Пекин, 2011 г. Организаторы: Национальная палата моды Италии и Ассоциация китайской недели моды

Я не люблю термин «капитал бренда». Он как будто сводит всё к сухим показателям. Тем не менее, верно и то, что доверие к бренду складывается из его ценностей. А ценности - это всё, что у него есть.

Если коллекция не получилась, это можно исправить в следующей. Вопрос доверия гораздо более тонок. 40 лет назад мы, в основном, специализировались на готовых товарах, но наши идеи о методах работы были чёткими. Так, в 1977-м году появился





стр. 43 Открытие магазина в Шанхае, 2016 г. *Фото из внутренних архивов Furla*

Centergross: торговый центр площадью около 2000 кв.м. Правильной формы промышленное здание со стратегически верным расположением у шоссе A13 рядом железнодорожной станцией. Товары закупались, чтобы продаваться здесь уже через день. Магазины запасались продукцией раз в неделю или в месяц. После насыщенной работы с поставщиками родился дизайн и логотип Furla. Последовали первые иностранные заказчики: из Америки, Японии, России, Австрии, Греции. Их всех привлекала аккуратная эстетика очень ходового товара.



стр. 43 Вечер Furla в Гонконге по случаю презентации коллекции

Клиенты ждали с тележками наготове и заполняли их аксессуарами. А когда в продаже появились сумки, клиенты буквально стали за них драться. 1,500 штук исчезали в мгновение ока. Открытие наших магазинов – ещё один ключевой аспект роста Furla и один из методов нашей работы. Мы – я и мои братья Карло и Паоло – согласились друг с другом, что бренд нужно расширять на другие страны. Но тогда мы и думать не могли о том, чтобы присутствовать во всём мире.

Наш отец умер, мечтая, чтобы магазины Furla появились в каждом крупном городе Италии. Как жемчужина за жемчужиной на нити нашей компании. Вопрос локации наших магазинов в одночасье стал главной темой. Важно было правильно выбрать место на правильной улице, не обращая внимание на большую стоимость аренды и непомерно высокие затраты, потому что мы знали – чтобы прийти к нужным цифрам (а мы были уверены, что можем к ним прийти), нам нужны конкретные площади в главных фэшн-городах мира. Конечно, затраты были неописуемо высоки. Особенно для самофинансируемого бизнеса.

Нам часто предлагали максимально высокую цену аренды. Зачастую так происходит и сегодня, потому что средние и маленькие магазины, размещающиеся на этих площадях, всегда стоят дороже всего. Огромные магазины, занимающие больше трёх этажей, обходятся намного дешевле. Это правило недвижимости, действующее во всём мире и не только для магазинов (трёхкомнатная квартира стоит дешевле, чем три трёхкомнатных).



стр. 45 Ужин в галерее Серпентайн в Лондоне по случаю открытия дорожного магазина на Бромптон Роуд. Среди гостей – представители мира искусств (кураторы, галеристы, художники) и индустрии моды (директора и журналисты). *Фото из внутренних архивов Furla*

Итак, история Furla – это ещё и история серьёзного роста числа и географии магазинов, о чём мы так мечтали с братьями и сёстрами. К примеру, наш магазин на Площади Испании в Риме – это, скорее, символическое приобретение, чем часть стратегии. Он находится в самом сердце мира, откуда ни посмотри. Вот почему прошлогодняя фотография, сделанная на заснеженной Площади Испании, так много для меня значит.

Китай: Шанхай. Флагманский магазин, наполняющий всех нас радостью как символ кропотливой работы и результатов, достигнутых нами в Китае, после более чем десятилетней борьбы за место под солнцем на таком сложном рынке (при поддержке Fung Group, нашего пар-

тнёра по совместному предприятию).

Меня пригласили на первый китайско-итальянский фэшн-саммит – встречу с представителями Национальной палаты моды Италии. 7-8 дней в Китае. Гость из китайского правительства присоединился к этой знаковой конференции, чтобы обсудить силу простоты дизайна. Простоты, которая была и остаётся нашей конечной целью.

И меня туда пригласили.

Я помню, как обменяла доллары, чтобы оплачивать каждодневные расходы, но китайцы не дали мне даже коснуться кошелька. Ни разу. Вот оно – китайское гостеприимство. Я не потратила ни доллара из личного кармана. Я до сих пор помню тот огромный зал, заполненный китайцами, жаждущими задать такие конкретные, чётко сформулированные вопросы и получить ответ о том, как создать модный бренд.

Это было очень любопытно во всех смыслах. Я полетела в Китай выступать на конференции, но главный урок оттуда вынесла сама.

Воспоминания о долгом путешествии Furla – как открытки и драгоценный жемчуг, которые щедро дарила мне жизнь. Они никогда не поблекнут.

Наши гонконгские сотрудники в традиционной одежде на праздничном ужине напомнили мне фильм Вонга Кар-Вая «Любовное настроение».

Событие №1 – сказочный ужин на Красной площади в Москве. Всего на 100 приглашённых гостей. Отличная обстановка, 50 официантов – все одинаково высокие и готовые обслуживать всех одновременно с почти военной точностью. Невероятное событие, впечатляющее настолько, что я помню, как мне захотелось побывать на репетициях, где эти ребята-официанты оттачивали слаженность синхронного обслуживания.



стр. 46-47 Ужин на Красной площади, организованный Московским государственным историческим музеем. Среди гостей – представители прессы, кураторы, знаменитости, посол Италии в Москве и консул Италии в Москве *Фото из внутренних архивов Furla*

Раньше я не видела ничего подобного. Не говоря уже о высочайшем качестве блюд. До сих пор мы вспоминаем тот вечер в Москве как пример выдающегося мастерства.

Красота точности, без всяких излишеств, но с грандиозным вниманием к деталям. Истинная простота не может быть чем-то обычным.

Франчайзинг

Франчайзинг бесспорно является одним из основополагающих аспектов роста Furla. Вспоминая 1970-е годы, я улыбаюсь – тогда я была настолько неопытной, что мне пришлось смотреть значение этого слова в словаре английского языка. Даже наши бухгалтеры не имели понятия, что оно значит. Никому из нас было непонятно, как это работает, и как регулируется условия таких контрактов. В Италии система франчайзинга была принята только компанией Benetton.



стр. 49 Магазин в Вероне *Фото из внутренних архивов Furla*

В итоге мы просто накидали одностраничный договор, по которому предоставляли эксклюзив на один город целиком. Сегодня я не без гордости могу сказать, что некоторые розничные продавцы плакали, когда по какой-то причине им приходилось останавливать работу с нами. Они полюбили нас по-настоящему. Это всегда меня особенно впечатляло. Это то, что находится за пределами рабочих отношений. В те годы франчайзинг позволил нам расширить присутствие нашего бренда и дать розничным продавцам шанс рассчитывать на серьёзные инвестиции. Некоторые из них покупали товар на 1 миллион лир и начинали пополнять запасы после продаж на 500-600 тысяч. Мы первыми сделали это в кожевенной промышленности и в Италии. В кожном сегменте мы и Benetton работали в разных временных рамках, потому что они могли повторно красить свои товары, а мы не имели возможности красить готовые сумки. Кожа должна иметь только барабанное крашение.

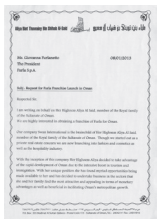
Несмотря на неблагоприятные временные рамки, препятствия, связанные с отсутствием представителя и торговых выставок, к нам всё равно приходили клиенты. Откуда? Они просто видели нашу продукцию. Они видели наши товары в других крупных магазинах, и это создало цепную реакцию, постепенно приведя наш бренд в главные страны мира. Маленькая (в то время) фабрика в Тоскане эксклюзивно производила наши товары, отправляемые каждое утро после производства. Так за несколько лет мы вышли на объём 500 000 изделий в год. Полмиллиона.

Постепенно мы добавляли новые модели – медленно, опять же как жемчужину за жемчужиной. Новые жемчужины моделей нанизывались на нить, обогащая наше ожерелье. Постепенно мы добавили то, что сегодня называется life style. И вся наша продукция пришлась как раз «ко времени». Тогда было меньше конкуренции, и рынок не был насыщен так, как сегодня. У нас не было интернета, и общение проходило намного медленнее. Всё было по-другому. Но клиенты буквально бились за то, чтобы как можно скорее заполучить наши сумки в свой магазин.

Франчайзингу в Италии изначально уделялось большое значение. Были эксклюзивы на города, не было роялти, а окончательная цена зависела от последующих шагов. Это было начало розничного расширения Furla со всеми привилегиями и рисками. А риск есть всегда, ведь в какой-то момент ты понимаешь, что в твоей компании работает 2500 сотрудников, и ты за них в ответе. Это сродни сёрфингу на неизведанных волнах. Рост на этом рынке многих застиг врасплох. Изначально мы работали в основном в Италии, а сегодня Италия занимает около 15% наших продаж.

Нам был нужен новый поворот. От франчайзинговых магазинов мы должны были выйти на уровень крупных торговых центров, которые подняли бы имя нашей продукции. Решающим было определение общей цены по всему миру. Теперь это легко, благодаря интернету и безошибочным результатам поисковых систем.

Но история Furla – это (ещё и) история интуиции. Без неё невозможно занять ключевые места на рынке. Простой пример – Yoox Net-a-porter. Федерико Маркетти – великий предприниматель. Он всегда был очень смел и всегда чрезвычайно усердно придерживался своей бизнес-модели. Бизнес нераспроданных товаров сначала (а они очень сложны и тяжелы в обращении), а затем отыгрыш на бизнес-модели, которой не доверяли крупные торговые дома. Покупка дорогих товаров, не глядя и не примеряя их. От стартапа до капитализации в 5 миллионов долларов. Всё на чистой интуиции. На том, чтоб идти туда, куда другие не рискнут.



стр. 51 Письмо от Принцессы Омана с просьбой об открытии магазина Furla в Маскате

Паоло и Карло

Мой брат Паоло отвечал в компании за администрацию. Мы с Карло контролировали управление, а Джованна была главой креативного отдела. Трое детей (из семи) в семейном бизнесе, основанном нашим отцом. Простой рецепт. Всё по-итальянски. Очень по-итальянски. Сегодня это может показаться странным, но секрет успеха, которого добились Паоло, Карло и я – это простота. Карло был талантливым организатором с невероятно ясным умом. Запутанные мысли не приводят ни к чему – ни в жизни, ни в работе. Паоло был эстет с сильнейшей интуицией. 40 лет назад он понял, какое большое значение для нашей компании может иметь Япония. Он же настоял на нашей поездке в Соединённые Штаты Америки, которые он непоколебимо считал ещё одним фундаментальным рынком для нашего расширения.



стр. 55
Паоло Фурланетто



стр. 57
Карло Фурланетто

Паоло показал нам, что чтобы работать с красивыми вещами, нужно любить и понимать красивые вещи и красивые места. Он наведывался в Сен-Барт, когда никто ещё не знал, что это такое. Он посещал выставки в Париже, когда самолёты летали туда не так часто, а Европа не была такой маленькой, как сегодня (у нас были границы и разная валюта).

И у него был особый дар – способность увидеть красоту раньше других.

Невероятно красивый мужчина, настоящая кинозвезда. Незаурядная личность и выдающийся характер. Он отвечал за отношения с крупными магазинами Нью-Йорка – например Saks на Пятой Авеню. Он был из тех, кого невозможно забыть. Когда он умер, американцы посвятили ему мессу в Соборе Святого Патрика. Его чувство юмора, его врождённая утончённость, элегантность его речи – всё это незабываемо. Он мог одним взглядом собрать всю семью вместе. Таким был Паоло, решивший купить знаковое здание и расположить в нём главный офис компании. Ведь раз уж Furla заявила о себе как о необычной компании, обычный офис мы иметь не могли. Паоло понимал, что чувствовать себя необычным – это цена за то, чтобы быть необычным в реальной жизни. Он так и не увидел это здание рядом под Болоньей. Мы с Карло купили его через год после смерти Паоло.







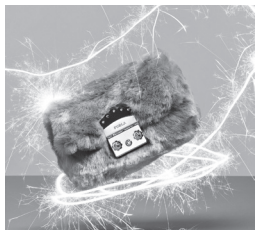
стр. 58-61 Вилла Беллария, головной офис Furla в Сан Ладзаро ди Савена (BO)

Карло был красивым, сильным, спортивным мужчиной. Военную службу он провёл в Альпах. Замечательный лыжник зимой и отличный ходок летом, он любил горы безусловной любовью. Он ездил на велосипеде, играл в теннис и всегда был окружён друзьями. Карло был предан работе, клиенты и поставщики его обожали, а у него был свой особый, безмятежный подход к каждому из них. И ни о ком он ни разу не высказался плохо. В 1998 году мы потеряли и Карло – нашего президента и генерального директора – когда ему было чуть за 50. Так груз на моих плечах увеличился в три раза. Я не чувствую этого веса, зато ощущаю присутствие отца и братьев. Я чувствую, что они передали мне работу, ставшую моей судьбой.

НАСТОЯЩАЯ РОСКОШЬ – ЭТО УМЕНИЕ ОБХОДИТЬСЯ БЕЗ ТОГО, ЧТО МОЖЕШЬ ЛЕГКО СЕБЕ ПОЗВОЛИТЬ

Без меха

Весной 2018-го года мы объявили, что, начиная с нашей коллекции Cruise 2019, презентованной в ноябре, Furla полностью отказывается от меха. Вся продукция – мужская и женская – будет производиться только с использованием искусственного меха. В течение последних лет наша компания демонстрировала экспоненциальный рост.



стр. 65 Сумка, искусственный мех *Фото Массимо Бьянки*

Уход от всех видов животного меха в наших коллекциях доказывает наш постоянно растущее внимание к окружающей среде. Речь о том внимании, которое каждый из сотрудников желает уделить планете, понимая свою ответственность. Это своеобразная форма благодарности.

По мере роста запросов на товары, продаваемые по принципу этической торговли, единственно верным решением для нас стало сконцентрироваться на таких запросах и прислушаться к ним.

Нельзя забывать и о том, что последние технические достижения позволяют нам в 2019-м году иметь достойную альтернативу традиционному меху, не полагаясь только на мех животных.

Это тоже вопрос чувств. Я долгое время ходила с кожаными сумками растительного дублении, что по степени квалификации значительно превосходит другие виды кожи, поскольку в таком производстве отсутствуют загрязняющие выбросы.

Важно учитывать, что для покраски кожаных сумок используются полностью растительные дубильные вещества. И свою функцию они выполняют идеально. Коллекция Mantra была выпущена в 2017-м год, и она регулярно распродаётся.

Мы должны прислушиваться к требованиям рынка. Когда вы есть в социальных сетях, диалог с клиентом происходит сам собой. Я считаю, что мир моды только выиграл от появления инструмента, позволяющего напрямую общаться с теми, кто покупает и использует модную продукцию. Конечно, я хожу в наши магазины, но не могу проводить там столько времени, сколько хочу… Думаю, любой управляющий, особенно в индустрии моды, хотел бы иметь больше времени и возможностей посещать свои бутики, чтобы получать данные «из первых рук». И речь, конечно, о беседах не с продавцами наших магазинов, а с теми, кто заинтересовался нашей продукцией настолько, что решил зайти к нам – пусть не с целью что-то купить, а хотя бы просто посмотреть. Что клиент ищет от бренда

до того, как он увидел товар? Сегодня очевидно, что это актуальность торгового дома, качество предлагаемого товара и ценности торговой марки. Лично я не зарегистрирована ни в одной из соцсетей, но я очарована ими. Ведь они предлагают нам некое резюме, которое, по-моему, имеет огромную цену. Мне кажется, с появлением политики «без меха» мы можем говорить о новом движении в моде. Даже Лондонский Selfridges принял эту политику.





стр. 67 Сумки из коллекции Mantra, телячья кожа растительного дубления

Сертификация LEED (лидерство в энергетических и экологических разработках) – это добровольная программа сертификации в строительстве и проектировании устойчивости коммерческих и жилых зданий. Это относится к экономии энергии и воды, сокращению выбросов CO2 и качеству материалов. Для нас стало радостью и достижением, что наш головной офис в Миланском Палаццо Рикорди в нескольких шагах от Дуомо получил Золотой Сертификат LEED.

На сегодняшний день 2017-й год был нашим лучшим годом в смысле вознаграждения за труды. Но нам всё ещё нужно двигаться вперёд, демонстрируя всем, что мы открыты для перемен. Даже (и в основном) когда всё у нас идёт хорошо.

Взгляды и привычки со временем меняются. Сегодня я рада и горжусь тем, что я привела Furla к политике «без меха».

Раньше было другое время, точки зрения отличались от сегодняшних. Что-то сейчас может показаться устаревшим, но я всё же хочу рассказать одну очень добрую историю.

Это история о том, как мы с Паоло однажды провели выходные в Риме. У него там был дом, сам он был холост, обожал моих детей, а ко мне всегда относился как к принцессе. Он часто проводил выходные в Риме и так же часто приглашал туда меня (мой муж меня к этому даже немного ревновал).

Было начало 80-х, об отказе от меха ещё не было и речи, и я уверенно носила свою куртку.

Но однажды Паоло привёл меня в Fendi. Я думала, он хочет купить что-то себе, а я нужна ему просто как советчик. Но он привёл меня на второй этаж, где продавались шубы. На мне были джинсы – белые джинсы, ботинки Timberland и синяя куртка. Тот день я помню, как будто это было вчера. Я никогда не была на верхнем этаже бутика Fendi, потому что не носила шубы. Когда Паоло попросил показать нам меха, мы увидели потрясающие вещи. Их дизайн был неповторим и прекрасен настолько, насколько только могут быть прекрасны работы Лагерфельда. Шубы, несмотря на свою смелость, выглядели чрезвычайно женственно. Я примерила две штуки – сказочную лёгкую шубу из леопарда и тёмную, почти чёрную норковую шубу. Сделать выбор было невозможно. Они обе были шедеврами. И Паоло сказал: «Мы берём обе».

Вот таким был мой брат Паоло. Когда мы вернулись в Болонью, он сказал моему мужу: «Давай так. Одна шуба – мой подарок, вторая – твой». Они до сих пор выглядят очень стильно, но я их давно не носила. Я не стала бы их носить даже инкогнито. Они совсем как новые. Я ни разу не ходила в них на работу, лишь пару раз в выходные надела их в походы на гору и то давно, когда это было модно. Другое время. Другой образ мысли. Время не стоит на месте. Это не только мода, это жизнь. Вот что самое главное.

Япония

В 1888-м году Винсент Ван Гог написал о своём брате Тео. Его слова глубоко трогают меня каждый раз, когда я их перечитываю. Они могли бы быть написаны и сегодня. Великий художник завидовал чёткой ясности и вниманию в работах брата, которые он красиво сравнивал с простотой дыхания.



стр. 69 Пресс-конференция по случаю приобретения лицензии Itochu в Токио

Сравнение процесса написания картины с дыханием - глубоко поэтическая мысль, так легко отражающая суть японского искусства, которое я нахожу очень трогательным. Искусство, ознаменовавшее мою жизнь (пусть спустя долгие годы и несмотря на моё классическое образование) – это современное искусство. Японские художники являются для меня непрерывным источником вдохновения. Ван Гог восхищался способностью японцев анализировать мельчайшие детали, каждую травинку при изображении природы, пейзажа и, в конце концов – фигуры человека. Фигура человека как часть целого: японская мысль, которая никогда не перестанет трогать мою душу. Для меня это то, чем является Япония: красота в простоте. Гармония. Доброта. Восьмидесятые годы для Furla связаны с США. Все основные воспоминания о том времени и его достижениях (а прошло уже больше 30-ти лет) связаны с Соединёнными Штатами Америки.



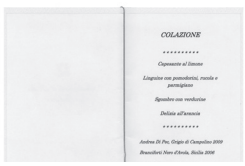
стр. 71 Миссис Джованна Фурланетто с японской командой на открытии магазина в Гиндзе, Токио

Девяностые были ознаменованы нашим расширением в Азию, куда меня отправил мой брат Паоло.

Он всегда говорил, что нам надо в Японию.

В Японию.

Он умер в 1989-м, а в июне 1990-го я впервые полетела в Токио. Одна. Да, совсем одна. Эконом-классом с двумя-тремя адресами магазинов в кармане, и всё. Не зная ни слова по-японски, я летела в страну, где далеко не все говорят на английском. Но Isetan и Daimaru сразу же поняли, что мы делаем. Эстетика Furla очень близка их чувствам. Это своего рода избирательная близость. Не думаю, что есть нация, любящая Италию больше, чем японцы. Они знают нашу страну, потому что бывали в ней. А кто-то по несколько раз. Они любят нашу культуру.





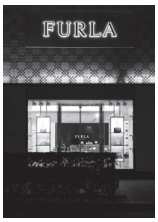
стр. 71 Меню ужина, организованного Итальянским посольством в Токио

И это так трогательно, насколько высоко они ценят, когда человек с запада изучает их язык и их культуру, которые лично я считаю бесконечно красивыми и богатыми.

Я помню, как японские клиенты приезжали к нам в Болонью. Их восхищала наша еда, и они то и дело просили

приготовить им кубики мортаделлы. К слову, я терпеть не могу мортаделлу, но мне было несложно. Японские клиенты – уникальные эксперты по качеству. Никто, как японцы, не может заметить в аксессуаре дефект и никто, как они, не может так распознавать качество, когда оно есть.

Японцы очень уважают «Made in Italy». Я помню пресс-конференцию, которую мы проводили в честь открытия нашего первого магазина в Токио: присутствовало 30-40 журналистов из всех изданий. Сегодня это для нас ключевой рынок. Япония долгие годы была самым важным рынком для Furla: с 24% общей выручки она обогнала даже Италию (15% оборота). Японские покупатели ценят сущность Италии в дизайне Furla, наше пост-продажное обслуживание и (как мне приятно думать) любезность, характеризующую подход нашей компании к клиентам. В Японии у нас открыто 80 магазинов, и мы только недавно отпраздновали открытие новых офисов и шоу-румов в Аояме. В Японии у Furla больше 469 сотрудников. Мне так и хочется сказать, что мы итало-японская фирма! Для компании, которая ищет качество и не останавливается на клише, работа с японцами была полезной и информативной: и агенты-представители, и продавцы розничных магазинов, и конечные покупатели в Японии обожают точность и детали. Они невероятно преданы, когда ты предан им. Но если ты разочаровал японца, тебе придётся тяжело. Особенно трудно вновь завоевать его доверие.





стр. 72-73 Магазин в Гиндзе, Токио

ИССЛЕДУЙ НЕОЖИДАННОЕ

Идентичность

Я не люблю оглядываться назад и редко это делаю, если делаю вообще. Но когда я всё же вспоминаю прошлое, я понимаю, что мы создали нечто невозможное – особенно учитывая объём инвестиций, необходимый для таких результатов. Как мы это сделали? Просто у нас был серьёзный подход. Наша семья никогда не купалась в экстравагантной роскоши – у нас не было ни яхт, ни Ferrari. Недавно я купила себе свой «-ндцатый» по счёту Mini Cooper, и дети устроили мне выговор.



стр. 77 Джером, Джек Рассел терьер Джованны

Да, мы такие и мы привыкли так жить. Все деньги мы инвестируем в компанию. Это ещё одна черта, на 100% унаследованная мной от отца.

Я считаю, что многим людям излишества мешают жить. Видимо, их понимание радости отличается от моего. Я люблю проводить время с Джеромом, моим Джек Рассел терьером. Мой пёс не только удивительно красив, он независим и силён. Это невероятная порода. У меня есть собака, немного общественной жизни, много друзей, а выходные я провожу в одном и том же месте.

Я никогда считала работу и успех в профессии средством для приобретения новых вещей, новых игрушек. Я не такая. У меня весьма сдержанная натура – ещё одна семейная черта. По крайней мере, мне так кажется. Мне всегда куда-то нужно и я всегда ухожу с мероприятий первой.

Большие бюджеты никогда не привлекали меня ни в личной, ни в профессиональной жизни. Я твёрдо убеждена, что нехватку финансов может с лихвой компенсировать талант, а за фараоновскими бюджетами, наоборот, стоит его полное или частичное отсутствие.

Чёткость идей. Это ДНК Furla. Мы делаем сумки для женщин, которым нужно качество, надёжность и стиль - по ценам, отличным от классических брендов сегмента 'luxury'. Честное слово, в Furla к каждому клиенту относятся с максимальным уважением, и мы уделяем огромное внимание деталям. Красота и качество доступны и тем, кто не может позволить себе Hermes – моя вера в этот принцип непоколебима.

Я сама не часто устраиваю шопинг, и я очень (может, даже чересчур) избирательна. И мне хочется, чтобы наши клиенты были так же избирательны и не чувствовали, что их принимают как должное. Я окружена товарами и я предельно предана брендам, которые ношу. По факту, их всего два. Что будет в будущем? Посмотрим. «Преданность клиентов – это основа» - неустанно повторял мой отец. Те, кого уважает компания или её сотрудник, возвращают это уважение с лихвой. Путешествие Furla – это и создание образа компании. Относительно производства: сначала мы задействовали сторонних производителей, затем начали производить сами под собственным логотипом. Это был решающий переход, предпринятый моим отцом. Ведь он был коммерсантом. Он работал с разными брендами – в основном, с производителями товаров из кожи. Лично я решила сосредоточиться на сумках. Я чувствовала, что пришло время продавать продукт с нашим собственным логотипом. 1000 сумок, произведённых на фриульской фабрике под Удине. Это была наша первая крупная партия.

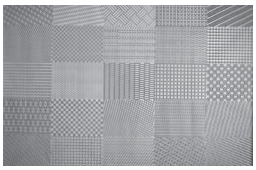
Молодёжные сумки из тонкого вельвета и кожи. Ручка из резины и кожи, резиновая откидная часть имела кожаную окантовку. Мы впервые использовали промышленный материал. Такая комбинация материалов превращала простую, хоть и необычную сумку «кроссбоди» в молодёжный, практичный и свежий аксессуар. Я заказала 1000 штук. С нашим логотипом. Мне по-настоящему нравилась эта задумка. В 80-х это был успешный эксперимент. Казалось, 1000 штук – это много, но вся партия разошлась довольно быстро, и это стало отправной точкой для производства продукции с логотипом Furla. Мы также решили, что нашли свой стиль и остановились на нём. Мы стремились делать товар, олицетворяющий доступную роскошь (формула, сегодня имитируемая многими), пока несколько лет назад я не решила закончить этот путь и начать путешествие под названием 'premium' (определение заимствовано у стильных среднеразмерных авто). Такое название было оправдано (помимо самого продукта) созданием топовой розничной сети. Сегодня нам нравится описывать себя как «инклюзивная роскошь», так как мы хотим привлечь широкий круг людей разного пола и возраста.

Сегодня мы изучаем новый концепт магазина и тестируем его новую планировку. Потому что нам постоянно нужно начинать что-то новое, добавлять жемчужину на нить нашего ожерелья. И мы всегда делаем это с безграничным вниманием. Новый старт необходим каждые 5-6 лет – это другая сторона имиджа. Вы можете хотеть оставаться неизменными, как многие бренды (ведь всё равно всё возвращается к изначальному стилю) или вы предпочтёте быть актуальными, быть в курсе событий, и тогда нужно постоянно переосмысливать свои идеи и экспериментировать. Сегодня эволюция должна происходить в магазинах. Причём, не обязательно

сегмента ‘luxury’, но и в категории ‘premium’, как магазины нашей фирмы. Мы обязательно делаем рекламные кампании - и всегда с учётом продаж через интернет, продаж на параллельных рынках, подделок, а также единообразия цен на мировом рынке во избежание обесценивания бренда.

Нужно быть достаточно хладнокровным, чтобы отказать в огромном заказе, который пойдёт непонятно куда. Мониторинг – сложный процесс. Постоянно расширяясь, мы стали очень крупной компанией. Но сегодня мы контролируем своё расширение. Теперь мы больше сосредоточены на упрочнении своих позиций, на продажах по квадратным метрам, где-то отдавая площадь побольше определённым категориям аксессуаров, где-то совместно с другими марками, но всегда с аккуратным и последовательным выводом на рынок новых моделей товаров. Мы хотим быть осмысленно агрессивными. Чтобы пережить испытание временем, выбор нужно делать крайне аккуратно. В сегменте ‘luxury’ есть торговые улицы с такими «горячими точками», что в них сосредоточены все лучшие бренды. Но есть и те, на которых иметь магазин бесполезно. Не все торговые улицы одинаковы. Выбирать нужно внимательно и избирательно.

Наша идентичность – это очень понятный продукт, имеющий разумную цену и отличающийся простым, но запоминающимся дизайном. Простота – это не что-то обычное. Простота – это достижение. Простота имеет цену, она – источник вдохновения.



стр. 80-81 Работа современного итальянского художника из 25 двойных листов формата А4, раскрашенных вручную фломастером. Представляет собой «узоры», с которых началось изготовление тканей. Когда мы задумались о смене магазинной упаковки, мы решили задействовать разный дизайн в зависимости от размера покупки, сохранив при этом целостность общей визуальной концепции.

Я помню, как спросила у художницы разрешение на использование её работ и сколько мы за это должны. Она ответила, что для художника тот факт, что его работы расходятся по городам всего мира – уже огромное достижение и признание, и большего ей от нас не нужно.



стр. 81 Начиная с 2019-го года наши сумки для покупок, изготовленные из экологически чистой бумаги, будут доступны во всех наших магазинах (и прямых, и по франшизе), а также на нашем канале интернет-продаж

Путешествуя по Японии, я вдохновлялась великими мастерами японского дизайна и японской моды, которые в то время были бескомпромиссно минималистичны. Мы делали менее смекалистые вещи, но при этом простые и запоминающиеся. Сила простоты. И нам по-настоящему повезло – да, это действительно была удача – начать сотрудничество с невероятно опытным тосканским производителем. Он сделал нашу первую сумку. Этот момент я помню до сих пор во всех подробностях. По факту, это была сумка «кроссбоди», которую сегодня назвали бы «унисекс». Сумка закрывалась сбоку, как чемодан. «Наше» производство началось с неё. Удача и способность смотреть вперёд, а не оглядываться в прошлое.

Мне рассказывали, что вечером Карл Лагерфельд выбрасывает все свои наброски, и что Fendi наняли специального человека, который собирает по корзинам всё, что он выбросил. В этом есть определённая честность, которую я люблю и которой восхищаюсь. Смотреть вперёд, а не назад.

Карл Лагерфельд - уникальный, неповторимый человек. Чего стоит один документальный фильм о его жизни. Я смотрела его два или три раза и каждый раз с обожанием. Он – вдохновение для каждого работника нашей индустрии, неважно с каким типом продукции мы работаем. Furla – это моя жизнь. Не только потому, что это бизнес моей семьи. Но и потому, что это единственная работа, которая когда-либо у меня была.

Я была старшей дочерью в семье с семью детьми. Мой отец всегда был дальновидным человеком, и он считал, что женщина в компании – это ценный актив, способный придать делу дополнительную чувственность. Он часто говорил, что мы – плод тех, кто в нас верит. Я изучала языки в университете, когда начала помогать ему в бизнесе. Отец поверил в меня с самого начала. У нас были очень тёплые отношения. Я ходила вместе с ним на выставки. Первая дочь после трёх сыновей – мои братья говорили, что я была его любимицей. Но на самом деле я ходила с отцом на выставки потому, что больше никто не хотел. И мы ходили вместе. Только он и я. Он так многому меня научил. Папе нравились скульптура и керамика – он был поистине разносторонним человеком. В 23 года я вышла замуж. У меня было двое детей, но отец всё равно попросил меня вернуться к работе. Хотя бы на неполный день. Так я снова взялась за дела фирмы, а отец создал ограниченное партнёрство из трёх человек – моих братьев и его самого.

Президентом стал мой брат Карло (он был старше меня на два года). Я всегда чувствовала большую ответственность, и чувствую её по сей день. Большую часть жизни я провела, реализуя мечту моего отца и братьев – устроить будущее этой компании. Компании, которой я посвятила себя с любовью и полной отдачей. Компании, развивая которую я много путешествовала и познакомилась с множеством интересных людей. А свою частную жизнь я всегда держала в тени – таков наш корпоративный этикет.

Милан расположен далеко от нашей родной Болоньи. Но дело не только в этом, дело ещё и в моём характере – благодаря ему я посвятила себя художественным проектам, а не общественной жизни и званым вечерам, как многие другие.



стр. 83 Магазин в Берлине *Фото Филиппа Лангенхайма*

НАСТОЯЩАЯ КРАСОТА НАЧИНАЕТСЯ ВНУТРИ

Женщины

Мне приходилось читать, что Furla была основана моими папой и мамой. Это не так. Основателем был только мой отец, а маме хватало забот с детьми. С нами. Я помню, какой счастливой она была на отдыхе. У нас было две гувернантки, но с семью детьми мама радовалась каждой минуте, свободной от домашних дел. Сегодня штат Furla насчитывает 2500 сотрудников, 78% из которых – женщины разных национальностей. Я невероятно этим горжусь, особенно в условиях сегодняшних реалий.

Мой отец был классическим мужчиной. Поистине человек своего времени. Маме в делах компании не отводилось



стр. 87 Фотопортрет Джованны Фурланетто, сделанный Альдо Фаллаи в рамках рекламной кампании «Женщины Furla – фирмы для женщин» *Фото Альдо Фаллаи*

никакой роли.

Но поскольку отец не водил машину, его водителем иногда выступала мама (а когда его встречи затягивались, она засыпала прямо на сиденье; бедная мама, но как это мило…).

Есть ещё кое-что, о чём нельзя не упомянуть, говоря об отце как о «классическом мужчине». Я уже говорила, что он звонил мне и просил вернуться к работе. При этом, он всегда говорил так, что никто из нас не мог ему возразить. Ни разу. Но и в первом, и во втором случае это был один и тот же человек. Он судил людей по характеру, а не по половой принадлежности. И он был безгранично смелым.

Сколько обязательств обрушилось на меня в компании. Это было столь же неожиданно, сколь непредсказуемо. И столь непредсказуемо, сколь трагично. Я потеряла любимых братьев, когда им было чуть за 50, и оказалась одна во главе фирмы. Среди множества всего, чему научил нас отец, особый урок он преподал мне. Если ты доверяешь людям, ты сам получишь в десять, в сто, в тысячу раз больше доверия. Отплати тем, кто верил в тебя, потому что вера других придаёт нам уверенность.

Когда отец умер, компания была намного меньше, чем сейчас, и в ней не работало так много женщин. А все те, кто работал, были итальянками. Отец бы очень гордился тем, что его компания сегодня имеет мировое имя, и в ней работает 78% женщин, отобранных исключительно по профессиональным качествам. Если бы мне дали возможность сказать отцу всего одну фразу, я бы сказала, что сегодня наша компания успешна потому, что его дети последовали его примеру и выучили его урок.

Я уверена, он бы оценил один из наших фундаментальных принципов ведения бизнеса: давать женщинам хороший продукт, которым они могут гордиться, с которым они выглядят красиво, и цена которого оправдана. Мой отец не считал, что красота – это нечто эксклюзивное для тех, кто может себе это позволить. Он был умён как предприниматель и всегда настаивал на оправданной цене, равно как и на качестве, и на вежливом обслуживании клиентов, в том числе после продажи. Ведь это единственный способ, чтобы клиент следовал за брендом из сезона в сезон (самые престижные бренды подтвердят – постоянных клиентов они обслуживают десятилетиями. Бренд сам по себе уже гарантия).

Есть категории товаров, которые не могут иметь среднюю цену в силу сложного производства и использования драгоценных материалов. Но это кутюр. Я всегда считала, что для работающей женщины, имеющей семью и друзей, найти красоту по разумной цене сродни обретению свободы. Кутюр будет всегда, но кутюр - это Ferrari для мужчин: тебе может нравиться эта машина, ты можешь любоваться ей на улице, но не чувствовать себя ущемлённым оттого, что не можешь позволить себе её купить. Как и в автомобильном мире, в моде есть своя категория ‘premium’. И это мы.

Слово «дешёвый» тут не совсем подходит, а вот «недорогой» - уже совсем другое. «Недорогой» - это прекрасно, когда «недорогое» сделано хорошо и без цинизма. Каждый раз, когда я смотрю старые рекламные материалы Furla, снятые Альдо Фаллаи, я вижу, что они и сегодня свежи и неизбиты. Когда я думаю о Furla и о женщинах, я думаю об этой свежести. Она и есть наша цель. Свежесть и лёгкость дают свободу. Хорошо это или плохо, но любая женская компания имеет свою специфику. А в нашей компании процент женщин исключительно высок.





Фото 88-89 Сотрудники Furla в парке виллы Беллария

Десять лет назад почти 80% сотрудников Furla составляли женщины. Женщины до 34 лет. Примерно 50 декретов только за первые десять лет этого тысячелетия помогли нам разработать правила, которые я бы охарактеризовала одним словом – забота. Забота о современной женщине, которой приходится совмещать личную, профессиональную и семейную жизнь.

Женщины всегда были частью нашей компании – от ключевых позиций в топ-менеджменте и заканчивая организационными должностями. Изначально незапланированный выбор успешно себя зарекомендовал со временем.

Для молодых мам в послеродовой период мы разработали ряд ситуативных решений с возможностью гибкого графика и выгодных условий рабочего контракта. Я очень горжусь теми корпоративными дотациями, что существуют в нашей компании как для мужчин, так и для женщин. Думаю, отец бы этим тоже гордился.

Структура

Когда компании исполнилось 80 лет, это событие ознаменовалось ещё одним историческим шагом. Собственники решили отойти от руководства. Впервые роль генерального директора была отведена человеку не из семьи. Я сохранила должность президента, но теперь мне помогал менеджер в должности генерального директора, который мог похвастаться завидным резюме – в том числе работой с Armani и Ferragamo.



Фото 91 Клаудиа и Джузеппе Костато

Мы закрыли тот год с оборотом в 150 миллионов Евро и целью удвоить этот результат в течение четырёх лет. Не будем забывать, что мне должность генерального директора досталась после смерти Карло. Тогда оборот компании составлял 39 миллионов Евро, и для меня – человека, в первую очередь, творческого – вывод компании на сегодняшние цифры стал огромным достижением.

Тем не менее, нам хотелось достичь высокого уровня управления, способного поддержать третье поколение с чётким разделением управляющих и акционеров. Нам было важно сделать это именно в год 80-летия компании, когда бизнес развивался успешно. Вся команда выполняла работу на пять баллов, и мне казалось, что нам нужен знак. Так работал с нами отец - с тремя детьми в компании. Введение генерального директора было для меня важным знаком.

И в первое десятилетие нового тысячелетия мы приняли на должность генерального директора человека извне. Он проработал с нами 3 года, и на его место пришёл другой, остававшийся в должности 7 лет. Его заменил третий – наш сегодняшний директор, остающийся им эти два года.



Фото 92 Вид Галереи Витторио Эммануэле из Палаццо Furla *Фото Давиде Ловатти*

Раньше я организовывала семинары с участием преподавателя из университета МакКинзи. Он читал лекции о сложности перехода от семейного бизнеса к

управляемой компании. Такой шаг становится необходим, когда компания выходит на определённый уровень роста.

А значит, помимо унаследованной от отца ответственности, я унаследовала и обязательство переорганизовать структуру компании. Сегодня я получаю удовольствие, распределяя невероятно выросшие дивиденды – высочайшие за всю историю компании.



Фото 93 Палаццо Furla, Милан, головной офис компании *Фото Давиде Ловатти*

И я верю, что наш бренд будет жить – с нами или без. Когда мы решили переместить головной офис в Милан (что было одной из самых ценных жемчужин на нашей нити), мы считали, что это ознаменует бессмертие нашей компании. И я глубоко убеждена, что если когда-либо что-то пойдёт не так, нас просто купит кто-то, кто крупнее нас.

Я всегда думала о том, как защитить и сохранить семейную драгоценность, доверенную мне отцом и моим братом Паоло. Когда братья были живы, мы не распределяли свою прибыль. Мы всё вкладывали в наш офис в Болоньи. Затем в Палаццо Рикорди в Милане, а теперь в новую фабрику, находящуюся сейчас в процессе строительства. Внимание к бюджету и затратам у фриульцев в крови. Это совсем не скупость. Это экономия, уважение и чувство ответственности. Это воспитание.

МЕНЬШЕ ВЛАДЕЙ, БОЛЬШЕ ЭКСПЕРИМЕНТИРУЙ

Магазины

Особое внимание стоит уделить нашим магазинам. Наиважнейший актив, предлагаемый Furla клиентам – это беседа с ними. Нашу беседу с клиентом я считаю диалогом. Как и в случае нанизываемых на нить жемчужин, для своих магазинов мы отбирали самые стратегически правильные города Италии и других стран. Сегодня на их главных торговых улицах расположено 460 наших магазинов. Внушительная инвестиция.



Фото 97 Магазин на Пятой Авеню, Нью-Йорк *Фото из внутренних архивов Furla*

Среди таких улиц есть те, которые сложно с чем-то сравнить – Площадь Испании в Риме, Площадь Дуомо в Милане, Пятая Авеню в Нью-Йорке, Гиндза в Токио, флагманские магазины в Гонконге, Пекине, Шанхае, Париже, Лондоне, Вене… вот лишь несколько примеров. Есть магазины, требующие постоянного обслуживания. Есть улицы, поднимающиеся в списке популярности у клиентов, и улицы, по какой-то причине падающие в этом рейтинге. Что заставляет компании постоянно осуществлять сложное, но необходимое обслуживание своих магазинов, так это то, что иногда магазин может уменьшаться при увеличении общей площади. Внешний вид и декор должны обновляться каждые 5-6 лет, чтобы соответствовать архитектурным тенденциям или по причине ухудшения облика из-за потока покупателей. Такая работа происходит «за сценой» - аккуратно, незаметно и грациозно.



Фото98-99 Магазин на Площади Дуомо, Милан *Фото из внутренних архивов Furla*



Фото100 Магазин на Пятой Авеню, Нью-Йорк *Фото из внутренних архивов Furla*

Так же важно препроводить бренд в будущее, не запылившись в прошлом (увы, в мире моды такой риск существует всегда: мода красива и так интересна, но она не прощает тех, кто ошибается).

Особого внимания заслуживает туристическая розница. Магазины, расположенные в аэропортах, составляют очень важную часть нашего оборота, позволяя колоссально расширить видимость бренда, открытого таким образом миллионам людей, летающих по всему миру. Они получают возможность открыть для себя Furla и зачастую приобрести что-то для себя во время длительных пересадок. Вот почему терминалы в аэропортах стали называть новыми торговыми улицами 'luxury'. Сотрудники во главе управляющим магазина проходят постоянные тренинги о важности тёплого отношения к покупателям, правилах приветствия покупателя и пост-продажном обслуживании. Сотрудники отдела управления работой с клиентами получают указания о том, какие должны быть витрины магазина. Два раза в год их приглашают в наш главный офис в Милане на тренинги и курсы повышения квалификации. За основу нашей упаковки взяты работы одного современного художника – а именно, пять рисунков, каждый из которых изображён на покупном пакете конкретного размера.





Фото 101 Магазин на Площади Испании в снегу, Рим *Фото Давиде Ловатти*



Фото 102 Магазин в Гонконге, Miramall *Фото из внутренних архивов Furla*



Фото 103 Магазин Furla на Пацифик Фэйр, Голд-Кост, Австралия *Фото из внутренних архивов Furla*





Фото 103-104 Магазин на Марина Бэй Сэндз, Сингапур *Фото из внутренних архивов Furla*

У нас есть менеджеры по визуальному оформлению, путешествующие по миру и проводящие тренинги нашим сотрудникам по оформлению витрин и интерьеров. Он постоянно находятся в поиске визуального превосходства.

Всё это нужно, чтобы наши покупатели легче ориенти-



Фото 104 Магазин на Пятой Авеню, Нью-Йорк *Фото из внутренних архивов Furla*

ровались в выборе продукции и понимали историю нашего бренда и наших ценностей. С самого основания Furla относилась к своей розничной сети как к жемчужной нити, нанизывая на неё жемчужину за жемчужиной, то есть добавляя самые престижные, красивые и стратегически важные магазины во имя процветания бренда. Бутики Furla – это наш самый ценный актив.



стр. 105 Магазин на Бромптон Роуд, Лондон *Фото Паоло Веклани, студия ВНМ*

Фабрика

Мы никогда не стали бы теми, кем являемся сегодня, если бы не понимали важность производства. Без надёжных партнёров не было бы решения перейти на 100% собственного производства. Долгие годы у нас было два партнёра-производителя. 31 декабря 2017, после 25 лет сотрудничества, мы купили одну из этих компаний. На место первоначального владельца встали два партнёра. Они работали с нами 8 лет, получая от нас финансовую помощь в виде аренды компании и постепенно возвращая её из расчёта 30% нам, 70% себе. Сейчас мы контролируем 100% нашего производства, и по-другому просто не может быть.



стр. 107 Письма благодарности Джованне Фурланетто от владельцев Effeuno (компании, впоследствии выкупленной Furla)

Когда мы приобрели 100% производства, наши два партнёра написали мне письмо с такими словами: «Будем общаться и дальше. И уж точно обмениваться приветствиями». Эти слова меня очень обрадовали. У нас было долгое профессиональное сотрудничество, позволившее нам впоследствии полностью сконцентрироваться на рынке, дистрибуции и рекламе без каких-либо сложностей, связанных с производством. Сотрудничество переросло сначала во взаимоуважение, а затем в дружбу. «Уж точно будем обмениваться приветствиями» - это лучшая надпись для медали нашей компании, потому что мы знаем цену человеческим отношениям.

Мы всегда инвестировали в Италию и будем делать это в будущем. Всё и всегда капитализировалось здесь, в Италии, и внутри розничной сети, построенной кропотливым трудом, которая сама по себе - уже огромная инвестиция. Мы приняли эту формулу, чтобы обеспечить будущее Furla. Вот только нет в мире навигатора, способного указать компании путь в будущее. Такие карты составляются под каждую конкретную компанию и её сотрудников. Невероятно ценные сотрудники иногда возвращаются в управление. Полная защита невозможна, контроль над управлением необходим, как и поддержка, поощрение и наставническое участие.



стр. 109 Фото из рекламной кампании весна-лето 2007 *Автор Паоло Роверси*

И иногда необходимо вмешательство. Это задача активного акционера.

Я желаю видеть, как компания растёт, раскрываясь зонтом над головами всех до одного сотрудников.

Акционеры и сотрудники.

Furla – это всё ещё семейный бизнес. Я живой человек, и мне очень льстит, когда я слышу, что наша компания имеет те же качества, что и я – например, ясность мысли. Я очень осторожна в сравнении себя с проделанной работой. Но я очень горжусь тем, что я привела компанию на Гиндзу, на Пятую Авеню, во все точки мира, веря в силу нашей демократичной продукции, доступной всем женщинам. Мне нравится идея, что красота, качество и хороший дизайн могут быть доступны всем женщинам – даже тем, кто не может позволить себе потратить определённую сумму. Однажды в Нью-Йорке я услышала чудный комплимент от одной закупщицы из Saks. Она сказала: «Когда я хочу выглядеть элегантно, я беру Chanel. Но выходя куда-то в течении дня, я беру Furla». В США наши сумки называли сумками для женщин, строящих карьеру. Но я всегда считала их сумками для работающих женщин. Размер А4 – наш бестселлер независимо от профессии покупательницы. Модные формы продаются куда реже. Каждая женщина хочет выглядеть женственно и элегантно – спорить с этим бессмысленно. Но не надо забывать про работу, семью и тысячи повседневных забот.

ЛОГИКА ПРИВЕДЁТ ИЗ ПУНКТА «А» В ПУНКТ «Б». ВООБРАЖЕНИЕ – КУДА УГОДНО

Решающий момент

В жизни я получила гораздо больше, чем ожидала – в плане людей, которых я встретила, опыта, который получила и стран, в которых я была. Но мой девиз (мой игривый боевой клич в компании) остаётся неизменным: «Вперёд!» У меня в жизни не было времени, чтобы остановиться и подумать. Всегда было слишком много дел, которые надо сделать, мест, которые надо посетить, и магазинов, которые нужно открыть. Моя мечта та же, что у Паоло и Карло. Они обожали эту компанию, но не смогли увидеть воплощение своей мечты.



стр. 113 Джованна Фурланетто получает Орден за заслуги в работе от Президента итальянской республики Джорджо Наполитано (30 октября 2008 г)

Я не лукавлю, говоря, что все эти годы чувствовала ответственность перед братьями и перед отцом. А что ждёт нас в будущем? Думаю, рано или поздно наша компания станет государственной. Но это решать уже третьему поколению. Это честно и так должно быть.

Когда я думаю, какой должна быть модель семейного бизнеса (в частности, продающего аксессуары), то первым мне в голову приходит Hermes. Это красиво, и во главе компании веками стоит одна семья. Они зарегистрированы на бирже, и это самый известный бренд кожаных изделий.





стр. 114-115 Магазин Furla на Пацифик Фэйр, Голд-Кост, Австралия *Фото из внутренних архивов Furla*

Самые приятные моменты, которые я помню, связаны с приобретением Effeuno, выходом на рынок Австрии с 16-ю магазинами, в Сингапур с 6-ю магазинами, и теперь уже 100% присутствием на рынке Китая. В каждой из этих историй есть своя тонкая специфика, по-

скольку все они так или иначе касаются рынков, которые нужно отслеживать, которым нужно помогать, которые нужно поднимать и изменять и на которых надо постоянно выполнять ряд задач в соответствии с картиной общемирового рынка.

У НАС ВСЕГДА ДОЛЖНО БЫТЬ МЕСТО, КУДА МЫ СМОЖЕМ УЙТИ

Fondazione Furla

Меня часто спрашивают, чем бы особенно гордился мой отец, если бы увидел сегодня созданную им когда-то компанию. Понятно, что такой человек, как он, мечтавший о магазине в каждом крупном городе Италии, был бы более чем горд – он был бы невероятно счастлив видеть, что мы есть почти по всему миру. Мы с братьями выросли с чётким осознанием того, что мы граждане мира. Для отца это было невероятно важно. Любое проявление провинциальности он находил скучным и чётко видел все её ограничения – как в культурном, так и в коммерческом плане.



стр. 119 Хаегу Янг, инсталляция на Furla series #2 – Хаегу Янг «Прогулка натянутого каната и его безмолвная тень». Триеннале, Милан, 2018 *Фото Масиара Паскуали*

В 1930-1940-е годы он много путешествовал по Европе, и сегодняшняя география наших магазинов наполнила бы его сердце гордостью. Наш отец был также заядлым посетителем выставок и тонким ценителем литературы. Он был из тех отцов, кто радуется при виде своих детей за чтением книги. Вот почему я думаю, что Fondazione Furla (проект, основанный в 2008-м году) занял бы особое место в его сердце. Это воплощение его видения компании, которую он видел как фабрику по производству не только вещей, но и идей и чувств, уходящих корнями в те или иные ценности. За восемь лет до основания Fondazione Furla наша компания отправилась в путешествие, посвящённое развитию искусства, и учредила премию Furla. Куратором всех премий (последняя была вручена в 2015 г.) была Кьяра Бертола.

Я никогда не считала себя знатоком искусств или профессиональным критиком. Но искусство всегда и в большом количестве присутствовало в моей жизни. Присутствие искусства в жизни всегда казалось мне чем-то необходимым. К тому же, крайне сложно создавать красоту без истинной любви к искусству и без искренних чувств к эстетике.

Я не считаю себя коллекционером предметов искусства, но я долгие годы покупала работы, в которых находила вдохновение. И все они находятся в стенах компании, где каждый может их видеть. Искусство нас вдохновляет. Оно пробуждает чувства и движет нами. Мне кажется, искусство делает нас более человечными.

Fondazione может рассчитывать на серьёзный бюджет. Это не просто инициатива для видимости, и это не просто фасад, как часто бывает. У Fondazione есть очень амбициозная цель – сделать вклад в поддержку и поощрение современной культуры Италии во всех её разнообразных проявлениях. Это поддержка молодёжного творчества и создание платформы для ведения диалога о проблемах современности. Fondazione – это фонд, основанный на новом и, как мне кажется, очень современном и эффективнейшем подходе к культуре, показывающем, что обмен между разными областями культуры не только возможен, но и необходим.

На основе такого подхода уже родилось несколько серьёзных проектов, таких как документальный фильм «Метод Абрамович» (режиссёр Джада Колагранде, 2012), показывающий проведение выставки и перфоманс художницы Марины Абрамович в Миланском павильоне современного искусства, концерт «Дневник души. Арво Парт и Билл Виола» (Болонья, 2010, совместно с Arte Fiera и Centro della Voce Болонского университета), а также выставка «Мона Хатум. Внутренний пейзаж» (Венеция, 2009, совместно с Фондом Куерини Стампалья в рамках 53-й международной выставки искусств Биеннале Венеция).

Accademie Eventuali – результат сотрудничества Фонда Карисбо, Музея современного искусства Болоньи и Xing. Это образовательный проект, посвящённый студентам художественных академий всей страны, которые приглашались в Болонью на ряд мастер-классов от именитых художников.



стр. 121 «Симоне Форти. Играть на флейте». Перфоманс в Музее Дель-Новеченто, зал Фонтана, Милан, 21-23 сентября 2017г. Первая инсталляция на Furla Series #01 «Время после времени, пространство за пространством» (сентябрь 2017 – апрель 2018) *Фото Масиара Паскуали*

Продвижение современного итальянского творчества на международный рынок – ещё один фундаментальный аспект, всегда занимавший особое место в сердце Furla, которая поддержала работы многих молодых художников (среди них Аличе Каттанео, Данило Корреале, Ра Ди Мартино, Дебора Лигорио и Оттонелла Мочеллин). ¬

История фонда – это история любви между миром искусства и миром моды. Любви, проявляющейся в безграничном взаимном вдохновении. Мы приглашали таких художников, как Марио Аиро (2012) и Сисси (2011), чтобы они показали своё личное восприятие мира моды в перфомансах и инсталляциях. Я тот, кому работа над этим проектом дала больше всего. Я говорю о личностном развитии. Моё классическое образование в изобразительном искусстве находилось под сильным воздействием работы фонда, и теперь мой личный интерес склоняется в сторону современного искусства с его менее традиционными формами. Я определённо стала понимать те его формы, которые невозможно постичь мгновенно, но которые пробуждают глубокие чувства впоследствии.

После многих лет деятельности, направленной на развитие и продвижение современного искусства Италии Fondazione Furla отправилась в новое путешествие, которое я считаю очень амбициозным, а значит, крайне интересным. Это путешествие в систему образования.

С 2016-го года под управлением новых художественных руководителей – Бруны Роккасальвы и Винченцо де Беилис, основателей Peep-Hole - наш фонд участвует в поддержке и продвижении современного искусства Италии посредством Furla Series – многолетней выставки, проводимой при участии самых известных международных художников современности и организованной совместно с одной государственной организацией Италии.



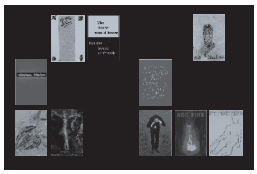
стр. 122 Кьяра Фумаи (победитель Премии искусств Furla, 9.2013). Кьяра Фумаи читает Валери Соланас, 2012 – 2013. Фото сделано с видеозаписи, взятой из коллекции Fondazione Furla

Принимая участие в развитии

проектов, способных поддерживать организации, выступающие в качестве продюсеров в области культуры, Fondazione Furla играет значимую роль в культурном развитии страны. Я с радостью разделяю этот подход и рабочую модель, основанные на синергии и сотрудничестве. Годы вручения Премии искусств, а затем годы работы фонда для меня пролетели так быстро. В отличие от классического, современное искусство сегодня играет главную роль в моей жизни. Когда у меня родилась внучка, я подарила ей работу авторства Микеланджело Пистолетто.

Премия искусств

В 2000-м году я познакомилась с Кьярой Бертолой – куратором направления современного искусства Венецианского фонда Куерини Стампалья. Вместе мы решили запустить проект, посвящённый молодым художникам. Я хотела дать что-то Италии. А точнее, у меня было желание что-то отдать. Берта представила меня представителям фонда, и мы учредили Премию искусств Furla, практически скопировав модель Премии Тёрнера. Во многом это явилось процессом и моего личного обучения.



стр. 124-125 Путеводители по Премии искусств Furla. Илья Кабаков «Искусство – это пятая стихия» (Премия искусств Furla 2.2001); Лотар Баумгартен «Лошадь бы поняла, но не умеет говорить» (Премия искусств Furla 3.2002), Джозеф Кошут «talent/um, терпи» (Премия искусств Furla 1.2000), Мона Хатум «О МОБИЛЬНОСТИ», (Премия искусств Furla 6.2007), Марина Абрамович «Дух не горит ни в каком состоянии» (Премия искусств Furla 7.2009), Микеланджело Пистолетто, «FAME – читай по-английски, читай по-итальянски» (Премия искусств Furla 4.2003), Кики Смит, «Следуй за своей тенью» (Премия искусств Furla 5.2005), Кристиан Болтански, «ПЛАЧЕТ КТО МОЖЕТ, СМЕЁТСЯ КТО ХОЧЕТ» (Премия искусств Furla, 8.2011), Джимми Дурхам «ДОБАВЬ ОГНЯ» (Премия искусств 9.2013), Ванесса Бикрофт «Обнажённая награда» (Премия искусств 10.2015)

Первое вручение Премии искусств Furla состоялось в 2000-м году в сотрудничестве с Венецианским фондом Куерини Стампалья.

Целью премии стало продвижение и распространение информации об интересных, но ещё не известных итальянских художниках. Завершившись в 2015-м году вручением 10-й по счёту премии, проект оказался впечатляющим экспериментом для нашей страны, и я рада, что он был признан во всём мире как один из наиболее престижных итальянских конкурсов по продвижению молодых талантов. С 2000 по 2015гг под руководством Кьяры Бертолы Премия искусств Furla постепенно привлекла самых влиятельных фигур в сфере искусств и самые знаковые организации к поиску талантов на территории Италии. Мы предприняли совместное усилие по продвижению тех, кого можно считать наиболее перспективными художниками. Джозеф Кошут, Илья Кабаков, Лотар Баумгартен, Микеланджело Пистолетто, Кики Смит, Мона Хатум, Марина Абрамович, Кристиан Болтански, Джимми Дурхам и Ванесса Бикрофт – художники, которые на протяжении более 15-ти лет были покровителями премии.

Они решали, как будет называться и как проходить каждая церемония вручения, также выступая в роли председателей жюри. Премия искусств Furla оказала огромный вклад в развитие молодёжного искусства Италии и в профессиональную жизнь участвовавших в конкурсе художников.

Это стало одной из инициатив, которыми я особенно горжусь.

Роберт Кеннеди, которого недавно вспоминали в связи с 50-й годовщиной его кончины, в своей знаменитой речи сказал, что ВВП страны не может и не должен быть единственным определяющим признаком благосостояния нации.

Мне кажется, это относится и к компаниям. Они тоже не могут жить без оборота, но не могут существовать и только за счёт него. Особенно если компания связана с красотой. 10-я премия состоялась в Милане и была ознаменована рядом значительных перемен: новые партнёрства, сотрудничество с Муниципалитетом Милана, Miart и Национальной палатой моды Италии.



стр. 127 Паулина Оловска «Славянские богини и Ашеры», перфоманс в Музее Дель-Новеченто, зал Фонтана, Милан, 6 марта 2018 г. 4-е проведение 'Furla Series #01. Время после времени, пространство за пространством» (сентябрь 2017 – апрель 2018) *Фото Масиара Паскуали*

Было огромной честью вручать премию в Палаццо Реале вместе с ведущей церемонии и председательницей жюри Ванессой Бикрофт, директором Палаццо Реале Доменико Пираина и консулом Милана по делам культуры Филиппо дель Комо. Приём, оказанный нам Миланом, наглядно показал, сколь важное место заняла Премия искусств Furla в культурной жизни Италии.

Получив опыт вручения Премии искусств, в июне 2016-го года фонд доверил художественное направление своей деятельности Миланскому центру современного искусства Peep-Hole при партнёрской поддержке Музея Дель-Новеченто. Первое проведение Furla Series под названием «Время после времени, пространство за пространством» позволило отвести площадь Музея Дель-Новеченто под перфомансы пяти художников разных поколений, представляющих разные страны. Показы проходили раз в два месяца и демонстрировали важные шаги в их карьере. Столько разных подходов к языку показа! Эта иная форма искусства всегда очаровывала меня.

Как я уже говорила, классическое искусство больше не отражает моё представление об искусстве. Сейчас для меня искусством является вот это.

Дневник

У меня есть блокнот, в который я записываю известные цитаты, мысли и размышления. Я никогда не знаю, что запишу сегодня, но когда я перечитываю записанное, мне легче собраться с мыслями. Это такой дзен-подход к размышлению о своей работе, используемых методиках и действиях, управляющих рабочим процессом и наполняющих его информацией. Я отношусь к этому блокноту как к дневнику. Вот несколько страниц из него.

Простота отбрасывает очевидное и привносит важное
(Джон Маеда)

Дизайн товара – король, цена - королева

Компенсируй нехватку бюджета талантом

Меньше владей, больше экспериментируй

Из эпохи количества во времена качества

Хватит быть одержимым ростом

У нас всегда должно быть место, куда мы сможем уйти (Артюр Рембо)

Логика приведёт вас из пункта «а» в пункт «б», а воображение – куда угодно

Исследуй неожиданное (Альберт Эйнштейн)

Избегай шаблонов

Простота – высочайшая изысканность (Леонардо да Винчи)

Настоящая красота всегда начинается внутри

Красота есть обещание счастья (Стендаль)

Наследство – это не бездействующий актив. Это капитал, который ты должен преумножить

Отбрось привычки

Настоящая роскошь – обходиться без того, что можешь легко себе позволить

Не жди, что другие наденут то, что не надел бы ты сам

Все великие люди богаты духовно

«Толстые и ленивые»

Понимай простоту и знай цену

Простота требует смелости

Соответствуй своим ценностям

Простота начинается с изнанки

Правда ранит

Позитивная деградация
Лонгселлер
Приглашённые дизайнеры
Делай «некрасивое» «клёвым»

Правду трудно и говорить, и слушать

Вытащив всё из своей сумки, ты обнажишь душу

«Любовь - вот ответ»

Высочайшая изысканность – это простота

Кто не знает уважения, не заслуживает власти

Я есть здесь и сейчас

Смерть, возможно, лучшее изобретение жизни. Забирая старое, она расчищает дорогу новому (Стив Джобс)

Жертвенность
Долг
Строгость
Уважение
Отдача

НИЧЕГО НЕ БУДЕТ, ЕСЛИ НЕТ МЕЧТЫ

90 лет



стр. 133 Сумка как машина времени для путешествий по девяти десятилетиям истории Furla – с начала 20-го века до заката нового тысячелетия. 90 лет истории, заключенных в сумке и её сменных клапанах

Для меня было очень важно организовать 90-летний юбилей Furla (подробный отчёт читайте внизу). Это был радостный праздник, но вместе с тем и повод к размышлению – внутренний диалог с теми, кого сегодня нет, но кто доверил мне управлять компанией все эти годы. Пролетевшие так незаметно.
Скоротечность времени приближает то, что было так давно. Рассказывать истории о моём отце и братьях приятно и в то же время грустно. Ведь воспоминания о них согревают моё сердце, но я никогда не перестану по ним скучать. Далее следует история, которую мы презентовали покупателям и журналистам на 90-м дне рождения Furla. Это наша история, которой мы так скромно, но так радостно гордимся.

Семейный бизнес за несколько десятков лет превратился в мировой бренд, олицетворяющий моду и стиль жизни. Он стал послом итальянской элегантности, чувства цвета и свободы, выраженной в модном дизайне, изысканной коже и высочайших стандартах контроля качества.

Первый магазин, открытый основателем фирмы Альдо Фурланетто на улице Уго Басси в Болонье, до сих пор работает по тому же адресу. Он – свидетель развития компании от одного-единственного бутика (в 1955 году) до сегодняшних 460+ монобрендовых магазинов (половина из которых управляется самой компанией).

История Furla – это история интуиции, семейных ценностей и дальновидности: Альдо Фурланетто твёрдо верил в успех компании, искренне предлагающей своим клиентам красоту – через аксессуары и через моду. Название компании когда-то стало синонимом качества и надёжности. Ради этого Альдо Фурланетто путешествовал по Италии и всей Европе в поисках изделий из кожи – самых изысканных для того времени.

В 1970-е его дочь Джованна (вместе с братьями Паоло и Карло) вывела компанию на следующую – решающую стадию развития. Случился переворот, превративший Furla в то, чем компания является сегодня – бренд с мировым именем, уверенно смотрящий в будущее.

Первая коллекция сумок мгновенно снискала успех за точный дизайн и идею о современной женщине, ищущей самые модные материалы. Менялся мир, менялась мода. И с 1970-х годов к кожаным моделям в классической итальянской отделке Furla добавляет нейлон и резину, встав на путь поиска и разработки новых технологий.

Джованна Фурланетто вместе с братьями принимает решение о создании собственной итальянской розничной сети, поддерживаемой франчайзингом. Революционный для того времени шаг обеспечил максимальный контроль семьи над дистрибьюторской сетью компании.

1980-е стали годами создания международного лица торгового дома. Вначале были Париж и Нью-Йорк. В 1990-м открывается магазин в Токио. Запускается дистрибьюторская сеть с охватом 64-х стран от Японии до США, чтобы к 2016-му году насчитывать ровно 100 стран. Выбранная стратегия приводит Furla в ключевые торговые центры мира и в самые элитные торговые районы планеты – от Пятой Авеню в Нью-Йорке до Гиндзы в Токио (Япония представляет 24% оборота компании).

Новое тысячелетие ознаменовало новую фазу развития бренда. Furla начинает выпуск мужских lifestyle-коллекций и обуви. Лидеры индустрии на условиях партнёрских лицензий производят для фирмы очки, часы и коллекции из текстиля.

Реализация новой структуры управления, новаторская корпоративная концепция в купе с узнаваемым семейным имиджем и при поддержке сильной внешней команды – вот выигрышная формула, обеспечивающая Furla большое будущее.

Качество продукции всегда было основным объектом внимания Джованны Фурланетто. Видение моды как свободы, выраженной через тщательное внимание к деталям – признак классического итальянского мастерства.

А результат? 2 миллиона проданных сумок в 2015-м году (когда вы закончите читать этот абзац, где-то в мире кто-то купит сумку Furla). Статистика покупок: одна сумка за 16 секунд. Более 386 000 сумок Metropolis было продано с 2014-го года. Цифры звучат убедительно, но не объясняют секрет успеха Furla. А секрет успеха – в продаже коллекций сумок и аксессуаров из выделанной кожи и передовых материалов с акцентом на итальянский стиль, новизну, научные исследования и технологии, мгновенно узнаваемый логотип и по-итальянски тесная отчётливая связь между модой и культурой.

Создание Fondazione Furla для продвижения художественных проектов – ещё один шаг в сторону развития и чёткого понимания ценностей в международном мировоззрении Джованны Фурланетто и Furla. С 2000-го по 2015-й год компания вручала Премию искусств Furla. Участниками конкурса были перспективные художники, а ведущими церемоний – Джозеф Кошут, Илья Кабаков, Лотар Баумгартен, Микеланджело Пистолетто, Кики Смит, Мона Хатум, Марина Абрамович, Кристиан Боитански, Джимми Дурхам и Ванесса Бикрофт.

Цифры демонстрируют экспоненциальный рост (увеличение оборота почти в два раза с 2010-го года) в период общего ослабления индустрии моды. Но даже этих цифр недостаточно, чтобы описать культуру и двойственную душу компании - с одной стороны, основанной по принципу традиционной итальянской модели семейного бизнеса, с другой – реализовавшей глобальный план распространения по всему миру.

Сердце компании бьётся в Болонье, в стенах виллы 18-го века – Палаццо Furla. Головной офис расположен в нескольких шагах от Дуомо и фэшн-района Милана. Первый ряд в столице мировой моды и действующие филиалы в Нью-Йорке, Гонконге и Токио.

Правдивая история в цифрах и настроениях, рассказанная в фотографиях великих фотографов, снимавших лучшие рекламные кампании мира. Они иллюстрируют все цвета мира Furla – компании, празднующей своё прошлое и свои планы на будущее.

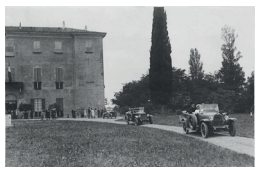
БЛАГОДАРНОСТЬ

Я считаю своим долгом поблагодарить всех тех, кто работал раньше и сейчас работает в Furla за их значимый вклад в развитие этой замечательной компании, а также поставщиков и журналистов за то, что разделили с нами столь значимые для нас годы нашего развития. Я очень благодарна всем партнёрам, которые поверили в наш бренд и сопровождали нас на разных мировых рынках. Я благодарна всем покупателям и всем тем, кто подбадривал и поддерживал нас. Спасибо руководителям всех иностранных офисов во всём мире. И спасибо креативному директору и его команде.

Я выражаю глубочайшую благодарность нашему директору Альберто Камерленго, который с большим теплом побуждал меня описать в этой книге красивую историю нашего бренда. И я вместе со всеми верю, что «лучшее ещё впереди».

Спасибо моим братьям и моей сестре, Даниеле, Пьетро Антонио, Чечилии и Клаудио – спасибо, что всегда были со мной в трудные моменты моей жизни.

Отдельное спасибо моим детям – Джузеппе и Клаудии. Будучи преданной работе, я мало времени проводила с семьёй. Но я хочу, чтоб они знали – мои мысли и моё внимание всегда были направлены к ним.



стр. 136 Король Витторио Эммануэле III посещает виллу Беллария, 1927г

ПОМОЩЬ В ПОДГОТОВКЕ

Креативный директор
Бруна Роккасальва

Графический дизайн
ascionemagro

Печать
Grafiche Antiga, Treviso - Italy

Furla S.p.A. приносит свои извинения и доступна для разъяснений в отношении любых ссылок на фото- и текстовые материалы, которые могли быть неосмотрительно опущены



стр. 138-139 Вилла Беллария, головной офис Furla в Сан Ладзаро ди Савена