

Giorgio Armani

"Nel 1982 mi sorprese molto che una prestigiosa rivista, quale 'TIME', mi dedicasse la sua copertina. Al momento non diedi molta importanza a ciò; infatti all'epoca ero intento ad imparare a disegnare abiti ed a fare l'imprenditore. Capii l'importanza di quella copertina solo quando Valentino, incontrandomi per caso, mi salutò con uno squillante 'Però bravo!'. E quando scoprii che fino ad allora, fra gli stilisti, solo Christian Dior, aveva ottenuto questo riconoscimento, però quarant'anni prima".



Copertina di TIME dedicata a Giorgio Armani

A ricordare i propri esordi nel mondo della moda, con voce pacata e cordiale è Giorgio Armani che spiega "la copertina di TIME segnò un'idea spartiacque nella mia vita professionale. Se fino al 1982 ero conosciuto prevalentemente in Europa, dopo questo evento, il 'Giorgio's Gorgeous Style', come lo definì TIME si impose in tutto il mondo". Quella di Giorgio Armani è la classica carriera del 'self-made man', ovvero dell'uomo che con la sola propria tenacia e laboriosità riesce ad affermarsi

in un ambiente competitivo qual è quello della moda. Il suo modo di lavorare, di creare stili e tendenze è stato analizzato, studiato e talvolta anche imitato dai suoi colleghi come si evince dagli articoli che importanti giornalisti gli hanno dedicato e che di seguito, ripropongo per stralci.

"Sono nato a Piacenza nel 1934. Agli inizi degli anni Sessanta mi trasferii a Milano e frequentai per due anni la facoltà di Medicina all'Università Statale. In quel periodo ero timido, fragile, goffo. Ero un ragazzo carino, molto civile e piacevo alla gente. Abbandonati gli studi ho trovato lavoro, sempre a Milano, come 'buyer' per i magazzini 'La Rinascente', allora vera e propria fucina

di talenti creativi. Ho lavorato inoltre come assistente fotografo, prima di accettare un incarico in un ufficio di promozione di un'agenzia di moda. Qui ho avuto modo di conoscere, e quindi anche di far conoscere, prodotti di qualità che provenivano dall'India, dal Giappone o dagli Stati Uniti, introducendo in questo modo elementi tratti da culture straniere nell'eurocentrico universo del fashion milanese e dei consumatori italiani. Nel 1965 – prosegue Giorgio Armani – sono stato assunto da Nino Cerruti per dare un nuovo volto al marchio Hitman del Lanificio Francesco Cerruti. Senza avere una vera e propria formazione specifica, ho disegnato la mia prima linea di abbigliamento maschile". Dopo sette anni, incoraggiato anche dall'amico e futuro socio Sergio Galeotti, lo stilista lascia Cerruti per diventare un disegnatore di moda e un consulente 'freelance'. Gratificato dei numerosi successi e dai riscontri ottenuti, decide di aprire una propria casa di produzione con un marchio autonomo. Il 24 luglio 1975 nasce la 'Giorgio Armani S.p.A.' e viene lanciata una linea di 'pret-à-porter' maschile

e femminile. L'anno dopo presenta, nella prestigiosa Sala Bianca di Firenze, la sua prima collezione, molto acclamata per le sue rivoluzionarie giacche 'destrutturate' e per il trattamento originale degli inserti di cuoio che appaiono nei vestiti dedicati alla linea casual. Di colpo Armani dona prospettive nuove ed inconsuete a elementi del vestiario ormai dati per scontati, come appunto quelli per uomo. La sua famosa giacca si libera delle costrizioni formali mutate dalla tradizione, con le sue linee squadrate e severe, per approdare a forme libere e fascinosi, sempre e comunque controllate e di classe. Insomma, Armani riveste l'uomo con un tocco informale, offrendo a chi sceglie i suoi capi una sensazione di benessere e di un rapporto con il proprio corpo sciolto e disinibito, senza per questo corteggiare in segreto la trasandata moda hippie. Tre mesi dopo, un percorso più o meno simile viene elaborato anche per ciò che concerne l'abbigliamento femminile, introducendo nuovi modi di intendere il tailleur, 'demistificando' l'abito da sera e accostandolo a scarpe con il tacco basso o perfino a scarpe da ginnastica.

La sua notorietà si diffonde in Europa e grazie ad un contratto con il Gruppo Finanziario Tessile, la 'Giorgio Armani S.p.A.' comincia la sua espansione nelle principali capitali europee. La sua spiccata propensione nell'usare materiali in contesti inaspettati e in combinazioni insolite portano qualcuno ad intravedere in lui tutte le caratteristiche del genio.

Se forse il temine può apparire esagerato, applicandolo ad un stilista usando i parametri dell'arte, certo è che pochi creatori di abiti del Novecento sono stati importanti come Armani, che ha sicuramente sviluppato uno stile inconfondibile, raffinato ma nello stesso tempo perfettamente consoni alla vita di tutti i giorni. Utilizzando le comuni filiere produttive per la realizzazione di abiti, mai affidandosi quindi ai grandi sarti, riesce a produrre capi mol-

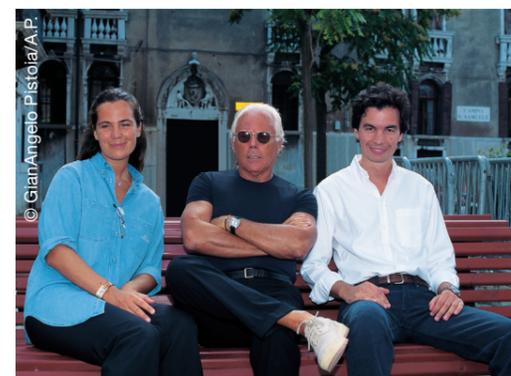


© GianAngelo Pistoia/A.P.

ti i creatori dei vestiti del cinema americano degli anni Trenta, e Coco Chanel, poi Kenzo, Christian Bailly, ... avevo in mente quell'aria elegante e un po' sommessa degli anni Quaranta – afferma Giorgio Armani e continua – ho disegnato vestiti ispirandomi anche a Klimt, Kandinskij, Matisse e Van Gogh. Un'altra mia forma di ispirazione è la cultura orientale e araba". Chi però pensa che i prodotti di moda (abiti, acces-

sori, occhiali, orologi, gioielli, cosmetici, profumi, mobili, complementi di arredo, alberghi, ...) disegnati dallo stilista e distribuiti dal Gruppo 'Giorgio Armani S.p.A.' siano destinati solo ad un'élite di facoltosi clienti si sbaglia. Negli anni Ottanta nascono delle linee destinate ai giovani, quali 'Armani Jeans' ed 'Emporio Armani'. "Vedo la linea 'Emporio Armani' come la controparte delle linee 'Armani Collezioni' e 'Armani Privé' – spiega lo stilista e prosegue – in mercati come quelli orientali, 'Emporio Armani' ha addirittura fatto da ariete per la vasta penetrazione dell'Armani Style, spianando la strada al resto. Nel ricco portfolio dell'offerta Armani, 'Emporio' è la collezione che, allontanandosi meno dal mio sentire, più si avvicina al ritmo della strada. Si basa su un'idea pragmatica quanto innovativa".

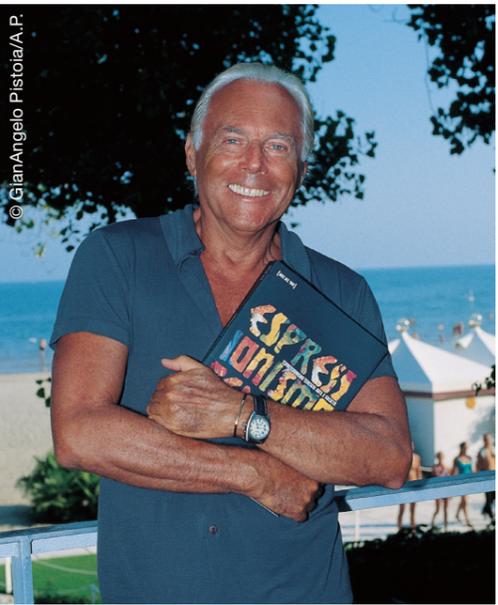
Armani, viaggiatore e osservatore, porta in Italia l'idea della moda democratica, forse ispirandosi a certe realtà americane, alle evoluzioni finali della radical fashion che sconvolsero, in bene, la cultura yankee. Crea un emporio per giovani, però lo fa da stilista, ed è qui il colpo di genio. Offre a chiunque un pezzo griffato Armani, a un prezzo accessibile. Grazie a questa filosofia innovativa e creativa, il Gruppo 'Giorgio Armani S.p.A.' ha oggi un fatturato di circa due miliardi di euro l'anno e un'esclusiva rete di distribuzione presente in 36 paesi con 1500 pun-



Giorgio Armani con la nipote Roberta e Angelo Moratti

to vendita e 4 'multi-concept store' a Milano, a Monaco di Baviera, a Shanghai ed a Tokyo. "Lo scorso novembre ho organizzato un evento a Tokyo per celebrare il quinto anniversario dell'inaugurazione dell'Armani/Ginza Tower, un mega-store di dodici piani, progettato dall'architetto Massimiliano Fuksas, che in seimila metri quadri ospita tutte le mie collezioni – afferma Giorgio Armani e precisa – con questo evento ho voluto rendere omaggio alla cultura e all'estetica giapponese, fonti di ispirazione creativa nel mio lavoro".

A questo proposito ho chiesto a Giorgio Armani cosa sia per lui lo stile, l'eleganza e come crea le sue collezioni. Mi ha risposto "Comincio dai 'no' quando inizio a pensare ad una nuova collezione. È dalla somma di quei 'no' che i miei abiti prendono una forma sempre più chiara e definita. Credo di avere talento nel togliere. Lo stile è invece una questione di eleganza, non solo di estetica. Lo stile è avere coraggio delle proprie scelte, e anche il coraggio di dire di 'no'. È trovare la novità e l'invenzione senza ricorrere alla stravaganza. È gusto e cultura. Penso, e ne sono sempre stato convinto, che l'eleganza sia invece prima di tutto un modo di porgersi e di essere: discreto, mai urlato. I vestiti vengono dopo, e ne sono un'estensione".



© GianAngelo Pistoia/A.P.