

Intervista Sofia Gnoli Autrice di un saggio sull'argomento

Moda, storie nella Storia

«La "haute couture" nacque a metà '800 grazie a Charles-Frederick Worth»

«Le sorelle Fontana incantarono dive, compratori internazionali e stampa mondiale»

di Sergio Caroli

Brilla come un canestro di vernici vertiginosamente colorate la moda. E' effimera e severa, gallonata come il nome di un principe. E' divinamente leggera come una nuvola o come la polvere alzata dal vento in una strada che si allunga nel verde. In «haute couture», la nascita della sua storia si colloca a metà Ottocento, quando per la prima volta s'impone a Parigi la figura non più del sarto-artigiano, ma quella del couturier nel senso moderno del termine. Con i suoi 1200 dipendenti l'atelier di Charles-Frederick Worth ha come clienti le teste coronate di mezza Europa: dalla regina Vittoria all'imperatrice Elisabetta d'Austria, dalla contessa Castiglione alla regina Margherita di Savoia. Da questa epoca storica prende le mosse il saggio «Moda. Dalla nascita della haute couture a oggi» (Carocci editore, pp. 367, 34 euro), di Sofia Gnoli, che insegna storia della moda alla Sapienza Università di Roma, oltre ad esercitare professione giornalistica in questo campo sul «Venerdì» di «Repubblica». Con sguardo particolarmente attento all'Italia essa ripercorre l'itinerario della moda esaminandone i passaggi fondamentali nel corso di oltre centocinquant'anni, giungendo sino al «prêt-à-porter» e poi alla globalizzazione e alla «fast fashion» che hanno caratterizzato il primo decennio del Duemila. Ad accompagnare le note introduttive intorno a temi sociali e culturali sono i ritratti di alcuni protagonisti che hanno segnato con le loro creazioni lo stile del loro tempo: si va - solo per citarne alcuni - da Coco Chanel a Christian Dior, da Ferragamo a Yves Saint Laurent, da Armani a Gucci a Prada. Ne parlo con l'autrice.

Professoressa Gnoli, la nascita della «haute couture» è legata al nome di Charles-Frederick Worth. Chi era?

Worth è stato il primo grande couturier della storia della moda. Fino alla metà dell'Ottocento il sarto era sempre stato visto come un semplice esecutore, con

Worth il couturier cominciò ad essere considerato un artista. E' stato lui, il primo a decidere di far sfilare i modelli in anticipo rispetto alla stagione, ad apporre etichette con la sua griffe all'interno dell'abito, a utilizzare le indossatrici per presentare le sue creazioni e a proporre regolarmente nuove fogge cambiando in continuazione tessuti, guarnizioni, modelli. Con lui la moda è entrata nell'era moderna diventando allo stesso tempo impresa creativa e spettacolo pubblicitario. Se prima era la cliente a indirizzare il sarto secondo i propri gusti, con lui questo meccanismo si capovolge.

Una moda di pura arte italiana, svincolata dall'influenza francese, risale ai primi del Novecento. Ma quando è nato lo stile italiano?

A parte l'eccezione rappresentata da Salvatore Ferragamo che, in epoca autarchica, conquistò il pubblico internazionale con le sue scarpe «ortopediche» dalle alte zeppe di sughero, un vero e proprio stile italiano è nato nel secondo dopoguerra, quando creatori di moda come Roberto Capucci e Schuberth, le Sorelle Fontana ed Emilio Pucci incantarono, con le loro creazioni, sia le dive di passaggio a Cinecittà, sia i compratori e la stampa internazionali.

Negli anni del secondo dopoguerra svettava il nome di Christian Dior. Con quali caratteristiche?

Alla sua prima collezione, nel febbraio del 1947, in contrapposizione alla moda nitida e rigorosa dei tempi di guerra, Dior presentò una silhouette romantica e nostalgica contraddistinta da busto strizzato e gonna ampia. La battezzò «Corolle». Il successo fu istantaneo e, all'indomani del defilé, Carmel Snow, caporedattrice di Harper's Bazaar, battezzò quella linea «new look». La definizione ebbe successo e rimase.

Quali sono i valori estetici che motivavano il successo internazionale di Valentino?

Tra i tratti distintivi dello stile di Va-

lentino, i cui modelli si distinguono per la perfetta conoscenza delle tecniche sartoriali dovuta alla sua formazione di couturier nell'atelier di Jean Dessès a Parigi, oltre alle pieghe impareggiabili, ai plissé intarsiati e ai raffinati temi animalier, si ricorda un ricorrente riferimento al mondo dell'arte. Altro grande leitmotiv delle creazioni dello stilista è la passione per quella particolare sfumatura di rosso che ha preso il suo nome.

La moda si è adeguata al mercato globale. In quali forme?

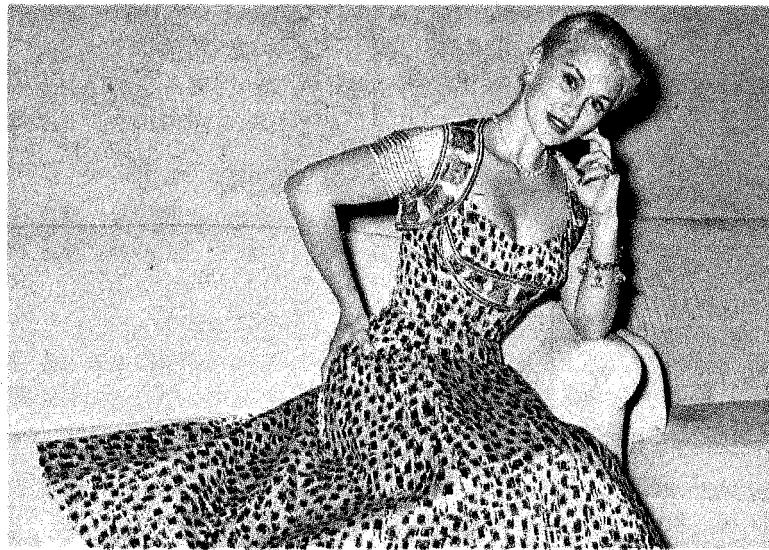
Con la globalizzazione anche il fashion system, come era già accaduto in altri settori industriali, si è trasformato. A partire dalla fine degli anni Novanta per affrontare l'economia e la concorrenza mondiali, è divenuto necessario gestire un prodotto per tutti i gusti, da vendere al maggior numero di persone. In questo contesto si sono affermati i poli del lusso - da LVMH a PPR - che hanno acquisito aziende di cui hanno assunto la gestione e curato il rilancio, con l'obiettivo di moltiplicare i fatturati.

Perché l'11 settembre ha modificato profondamente gli equilibri della moda?

La crisi determinata dal crollo delle Twin Towers ha cambiato profondamente gli equilibri della moda. Da questa situazione hanno tratto vantaggio quei paesi, per i quali l'economista inglese Jim O'Neill ha creato l'acronimo BRIC, a indicare Brasile, Russia, India e Cina, che si sono imposti come nuovi mercati. All'epoca dell'opulenza è seguito un ciclo riflessivo che ha fatto saltare i fenomeni inventati dagli esperti di marketing dando luogo, tra gli altri, al fenomeno della cosiddetta «fast fashion», con griffe come H&M e Zara, così definita perché propone continuamente nuove collezioni. Oggi, per vincere la concorrenza della «fast fashion», bisogna ripartire da creatività, recupero delle tradizioni di eccellenza e alta artigianalità. ♦

● Moda

Carocci, pag. 367, € 34,00



Made in Italy 1956: Linda Christian nella sartoria delle sorelle Fontana.

Prospettive

«Contro la fast fashion,
puntare su creatività,
tradizioni di eccellenza
e alta artigianalità»

