

L'Arte incontra la Moda.

La creatività degli stilisti scopre nel mondo dell'arte antichi canoni di bellezza e ne trae ispirazione, esaltando forme, linee e colori. Dalle architetture dei templi classici, ai dipinti rinascimentali, alla Pop Art: sculture, quadri, mosaici, porcellane, e oreficerie affiorano alla memoria nelle collezioni di alta moda e nella pubblicità. Un nastro ininterrotto sembra dipanarsi nei templi della moda che diventa un'altra forma dell'arte, le cui antiche radici si trasmutano in forme nuove di stile ed eleganza, interpretando la storia.

*L'abbigliamento è, al tempo stesso,
una scienza, un'arte,
un'abitudine, un sentimento.*
(Honoré de Balzac)

ARTE *in* MODA



Stefania Macioce

ARTE *in* MODA

giochi
d'ispirazione

Collaborazione scientifica
Elena Foschi

© 2018 Logart Press Editore
Piazza Cavour, 3 - 00193 Roma
tel. 06 6833902
info@logartpress.com
www.logartpress.com

Progetto grafico: Stefano Verzilli, Studio Sign snc
Redazione: Marita Bartolazzi
Fotolito: Grafica Punto Print srl
Stampa: STR Press srl

Le fotografie, comprese le opere di catalogo, sono nella maggior parte dei casi fornite dalle Istituzioni Pubbliche o dai Privati cui appartengono e vengono pubblicate con il loro permesso; a loro i nostri sentiti ringraziamenti.

Tutti i diritti sono riservati.

Nessuna parte di questo libro può essere riprodotta o trasmessa in qualsiasi forma o con qualsiasi mezzo elettronico, meccanico o altro senza l'autorizzazione scritta dei proprietari dei diritti e dell'autore.

L'editore è a disposizione degli eventuali detentori di diritti che non sia stato possibile rintracciare.

In copertina: Versace, particolare dell'abito ispirato al progetto artistico di Sonia Delaunay (Courtesy of Versace).

Stefania Macioce

ARTE *in*
MODA

giochi d'ispirazione

Collaborazione Scientifica
Elena Foschi

 LOGART PRESS

a Dario

INDICE

- 6 Prefazione
- 9 **SERICI ARTIFICI**
ispirazioni d'arte
- 73 **SUGGERZIONI DI STILE**
creazioni a confronto
- 133 **SINERGIE**
tra evocazione e progetto
- 181 Bibliografia
- 182 Sitografia



PREFAZIONE

SERICI ARTIFICI

ispirazioni d'arte

Non v'è arte là dove non v'è stile.

Oscar Wilde



Immagine dalla mostra
"Chanel: the legend",
Coco Chanel, L'Aia,
Gemeentemuseum, 2013-2014.

Il poeta romantico George Gordon, meglio noto come Lord Byron, può essere additato come uno dei primi esempi di *glamour* moderno:¹ la sua condotta eccentrica, l'indubbio talento, unitamente all'aspetto attraente rafforzato dal suo abbigliamento nero, lo resero celebre, tanto che a lui si potrebbe accordare lo *status* di fashion leader.² Lord Byron personificava una singolare forma di dandismo, un'efficace sintesi tra arte e vita, che suggestionò fortemente i suoi contemporanei:³ l'eleganza, cui si univano eccentricità e originalità assieme al rifiuto delle convenzioni, diede vita a un tipo umano che si ritroverà successivamente in artisti diversi, per epoca e ruolo, da Paul Gauguin fino a Jim Morrison o Mick Jagger.

Nel secolo scorso i movimenti artistici propri degli anni Ottanta diedero rinnovata vitalità alle relazioni intercorrenti tra arte, moda e celebrità, nell'ottemperanza verso un medesimo stile adottato sia dagli artisti che dai loro seguaci, per rimarcare costantemente la loro difformità rispetto alle consuetudini sociali. In precedenza a Londra Oscar Wilde e Aubrey Beardsley, a Parigi Marcel Proust avevano decretato le regole di un modo di vestire 'artistico', offrendo l'occasione, a chi di fatto artista non era, di esprimere una propria eccentrica personalità attraverso gli abiti.

Il Novecento portava alla ribalta singolari cooperazioni tra ideatori di moda e artisti: i disegni per il balletto *Le train bleu* del 1924, ad esempio, rimandano a una celeberrima triade formata da Picasso, Diaghilev e Chanel, un esempio emblematico di quanto arte e moda potessero collaborare; Cocò Chanel del resto intratteneva una proficua amicizia con Cocteau, Dalì e Diaghilev, ospitati nella sua villa in Provenza, mentre in Italia Elsa Schiaparelli collaborava con Dalì.

Le interrelazioni fra moda, arte e fama si concretizzano nella 'natura collettiva della creatività',⁴ riconosciuta a suo tempo da Andy Warhol, artista che impresso una spinta propulsiva verso la modernità individuando i nessi che intercorrono tra le varie sfere dell'attività artistica, implicanti anche ciò che allora era considerato di 'cultura popolare': attività commerciali, come la pubblicità, il giornalismo periodico, le apparizioni televisive, vennero coinvolte nel rapporto sempre più dinamico e stimolante tra arte e moda. La popolarità di Warhol fu anche l'inizio di una trasformazione del mondo dell'arte che acquistò nuova energia, evolvendosi freneticamente,⁵ come conseguenza il connubio arte-moda si intensifica progressivamente fino ai tempi recenti. Tra i diversi esempi si potrebbe citare la mostra del 2009 alla Tate Modern di Lon-



Carl Van Vechten, *Ritratto di Salvador Dalí*, 1939, Washington, D.C., Library of Congress Prints and Photographs Division.

lismo periodico, le apparizioni televisive, vennero coinvolte nel rapporto sempre più dinamico e stimolante tra arte e moda. La popolarità di Warhol fu anche l'inizio di una trasformazione del mondo dell'arte che acquistò nuova energia, evolvendosi freneticamente,⁵ come conseguenza il connubio arte-moda si intensifica progressivamente fino ai tempi recenti. Tra i diversi esempi si potrebbe citare la mostra del 2009 alla Tate Modern di Lon-

dra, intitolata *Pop Life: Art in Material World*, ove la personalità di artisti attivi sin dagli anni Ottanta, da Andy Warhol a Takashi Murakami, da Jef Koons a Damien Hirst assieme alla originale figura di Tracy Emin – che indossava abiti di una designer di primo piano come Vivienne Westwood – enucleavano il percorso del Pop nell'individuazione di un tipo di artista, la cui incisività nel proprio contesto acquista specifico rilievo performativo anche nel campo della moda.

Tanti poi gli esempi di collaborazioni, insolite e dissimili: da Miuccia Prada, occupatasi del guardaroba di Francesco Vezzoli tra gli artisti più at-



Napoleon Sarony, *Oscar Wilde*, 1882.

tenti alla moda, a Valentino, a Dolce & Gabbana, a Versace per citarne solo alcuni.

Moda e arte costituiscono, tuttavia, un binomio assai discusso, se pur accomunate dal rispetto di regole formali disposte per la creazione estetica: esse appartengono a due ambiti che appaiono però distanziarsi a causa della natura commerciale del *fashion*, opposta all'autonomia della comunicazione artistica.

Accanto a forme di mecenatismo – ove grandi case di moda e *fashion designer* di successo hanno creato e sponsorizzato gallerie d'arte e fondazioni museali, da Roberto Capucci a Giorgio Armani o Valentino per citarne alcuni – prosperano esempi di contaminazione tra moda e arte. La critica specializzata ha dato vita al tema dell'artificazione, che analizza il processo di trasformazione della non arte in arte, con l'obiettivo di accrescere il prestigio culturale di un aspetto della creatività abitualmente non appartenente al mondo dell'arte. La moda impiega le creazioni dell'arte, prendone ispirazione: si può citare ad esempio il *défilé* con cui John Galliano, direttore creativo di Christian Dior, ha omaggiato lo stilista, per celebrare i sessanta anni della maison. Per l'occasione, le modelle hanno sfilato alla Orangerie di Versailles, con abiti ispirati a tele di Picasso, Caravaggio, Renoir, Goya, Rembrandt, Monet, Boldini, Goya, Velasquez, Botticelli, Michelangelo e Leonardo da Vinci.

Galliano ha operato una sorta di mascheramento per inserire il modello in un'opera d'arte; un esempio consolidato è poi l'esposizione dei dipinti di pittori impressionisti e di abiti originali della stessa epoca, esposti al Metropolitan Museum of Art di New York con la finalità di narrare

la relazione tra l'arte e la moda nella Parigi del XIX secolo.⁶ L'ambito artistico non ha limiti definibili poiché qualsiasi elemento, organico o artificiale, virtuale o reale, materiale o spirituale, astratto o concreto, trovato o costruito, o soltanto pensato, nel mondo odierno può essere qualificato, almeno esteriormente, come arte.⁷

In realtà il principio distintivo risiede nell'operazione del soggetto che seleziona e conferisce una precisa qualità estetica a un prodotto, partendo dal presupposto di una concezione metafisica della bellezza, o meglio da un'intrinseca essenza di bellezza che supera il gusto personale. Come già affermato da Kant nel giudizio estetico, la facoltà di giudizio è chiamata a esprimersi su ciò che è definito 'bello' o 'sublime'.⁸

Risalendo alle tendenze del secolo scorso, è da rilevare che il *ready made* non era interessato alla bellezza sotto il profilo estetico: un artista come André Breton, infatti, dichiarava esplicitamente: "un oggetto comune è promosso a dignità di un oggetto d'arte mediante la semplice scelta dell'artista".⁹ Da ciò risulta derivato il tema dell'*Appropriation Art*, o anche *Citazionismo*, una corrente che riproduce immagini e oggetti, tratti dalla storia dell'arte recente o passata, apportandovi alcune modifiche, oppure riproponendoli semplicemente in modo identico.¹⁰

Declinata ogni illusione relativa all'idea di un progresso storico lineare e crollato di conseguenza il mito dell'avanguardia, tale orientamento si basa sull'idea, di radice manierista, fondata sul principio di assemblaggio, caratteristico della modernità e dei modernismi, ove risultava concepibile misurarsi con l'intero bagaglio della tradizione artistica, senza alcuna distinzione diacronica o



Thomas Phillips, *Ritratto di George Gordon (1788-1824), VI Barone di Byron di Rochdale in costumi albanesi*, 1835 circa, basato su un precedente dipinto del 1813, olio su tela, 76,5x63,9 cm, Londra, National Portrait Gallery.

gerarchica. Tutto ciò ha determinato la rottura di un principio cardine dell'arte moderna, ovvero l'originalità, sostituita dalla reiterazione.¹¹

La sociologia ha da tempo denigrato il mito dell'essenza dell'arte, mentre l'estetica si è soffermata su quella che viene definita la svolta *fringe* dell'arte,¹² un fenomeno che non legittima ciò che in potenza è artisticamente rilevante, ma trasforma ciò che non riesce a manifestarsi, per ragioni estranee all'arte, in una consistenza

seducente sul piano estetico. Si verifica dunque, odiernamente, un cambiamento epistemologico della nozione di arte,¹³ concezione non più sufficiente per definire un campo d'azione, attorno al quale gravitano le dinamiche della valorizzazione e dell'attendibilità, tale mutata cognizione verte ora su esperienze personali o collettive di carattere sociale, morale o filosofico.¹⁴ Questa trasformazione è stata colta e analizzata all'interno di una nuova proposta di categoria critica,¹⁵ individuata dal citato neologismo *artificalization*, indicante la trasformazione di una pratica quotidiana semplice in un'attività istituzionale distinguibile come arte. Il fattore rilevante di questo processo è la consapevolezza che l'autore, (il produttore, l'artista o il gruppo di artisti) ha di se stesso, del suo lavoro di autorappresentazione, condizione essenziale di successo, e nel contempo il cosiddetto *feedback* sancito dal pubblico.

Il concetto di artificazione è stato oggetto di critiche,¹⁶ ma chi ha studiato questo argomento ha ribadito che il fenomeno individuato non riguarda una questione di valorizzazione, bensì lo studio dei passaggi di frontiera tra l'arte e l'artigianato, la vita quotidiana, l'industria, il tempo libero, lo sport e tutto ciò che si lega alla vita quotidiana, poiché l'artificazione è una costruzione concreta, un processo progressivo di trasformazione di materiali, di riorganizzazioni formali.¹⁷

L'oggetto di studio dell'artificazione riguarda, dunque, le attività che stanno sul crinale di un mestiere, la professione, l'industria, la fotografia, il cinema, l'artigianato, i graffiti, l'illusionismo, la tipografia, la moda e via discorrendo, occupazioni diverse che possono essere trasformate in vere e proprie forme d'arte o arte, secondo un

percorso già avvenuto in precedenza nel cinema e nella fotografia come dimostra l'esperienza del *Craft Studio*.¹⁸

Il limite principale che la critica rintraccia nella teoria dell'artificazione è il suo essere vincolata da un'idea euro-americana dell'arte, legata a parametri autorevoli e strategie definite dal mondo dell'arte di quegli anni, che ha trasformato il percorso delle avanguardie storiche in *business* di lusso. Poiché attualmente nulla è di per se stesso arte, le nozioni di artisticità e/o artificazione risulterebbero inadeguate ad affrontare la sfida che i sistemi artistici attuali rivolgono a fruitori, critici e teorici. I filosofi, ad esempio, sono inclini a formulare il concetto di artistizzazione.¹⁹ L'arte diverrebbe tale tramite quattro fattori diversi: la maniera in cui l'autore considera e organizza la propria attività, l'ambito diacronico e sincronico ove si colloca l'impegno di mediazione ermeneutica che coinvolge l'autore, la ricezione da parte del pubblico e della critica, la manipolazione dei media. La cosiddetta artistizzazione implica di fatto un aspetto economico non accessorio, e l'individuazione di una qualità artistica antecedente come l'artisticità, incrementa la promozione di pratiche marginali come l'artificazione.

Il termine adeguato, secondo alcuni autorevoli studiosi di estetica, è il termine inglese *agency* che implica un decentramento dell'azione del singolo verso un complesso sistema di relazioni, all'interno del quale qualcosa o qualcuno che è *fringe*, vale a dire marginale se non estraneo al mondo dell'arte, viene ammesso a farne parte.²⁰

Si tratta di un'azione di dislocamento e/o trasformazione, rintracciabile nel passato come la

poetica barocca teorizzata da Balthazar Gracian²¹ e, in modo sistematico, dal filosofo inglese Francis Bacon, che definì l'immaginazione con una frase atta a circoscrivere una tendenza come l'artistizzazione ovvero: "unione e divorzi illegittimi tra le cose" e, come del resto avvalorava oggi Perniola, con il termine 'transito'.²² Nel Novecento un procedimento simile era stato teorizzato dallo scrittore Viktor Šklovskij, sotto il nome di 'straniamento',²³ cioè il trasporre l'oggetto di una percezione abituale in una impressione nuova e imprevista. Contro la banalità della vita abituale lo scrittore rivendicava l'importanza della meraviglia che si nutre di discontinuità, allegorie, disomiglianze, secondo un'esperienza analoga a quella individuata da Freud con la nozione di perturbante e nella capacità, individuata da Wittgenstein, di saper riconoscere come rilevanti e fondamentali aspetti della vita solitamente privi di significato.²⁴

La svolta cosiddetta *fringe* dell'arte partirebbe dunque dall'intuizione di una marginalità successivamente protesa verso l'espansione e la socializzazione, in tal modo il numero degli artisti diviene potenzialmente infinito, ovvero una sorta di *melting pot*, ove svanisce radicalmente la vecchia idea dell'arte.

Sebbene molto indagato anche dagli studi di carattere sociologico,²⁵ il rapporto tra l'arte e la moda sembra però trascurato dalla pubblicitaria più comune, poiché nella cognizione degli studiosi, come della gente comune, l'argomento risulta a sé stante, svincolato da scelte, gusti e opinioni. La letteratura più nota a riguardo propone di spiegare perché un artista abbia avuto una collaborazione con un *fashion designer*, con-

siderando oggetti e soggetti dell'arte come appartenenti a uno specifico sistema di relazioni, norme, convenzioni collaborative.

Becker ha definito tale sistema un insieme di 'mondi dell'arte',²⁶ categoria ampiamente utilizzata dalla sociologia dell'arte, che indaga sulla moda interrogandosi circa la sua pertinenza al mondo dell'arte.²⁷ Il design di moda ha effettiva-



Audrey Hepburn, ritratta da Cecil Beaton per la versione di Broadway di *My Fair Lady*, 1964 circa.

mente molti elementi in comune con le arti, tanto che la sociologia pone la questione se i *fashion designer* siano o no artisti. La visione del mondo dell'arte costituisce una base di comprensione, il cui fondamento è la concezione dell'arte come un'attività collettiva, piuttosto che il creato di un genio solitario. Le convenzioni artistiche definiscono categorie e periodizzazioni storiche e stabiliscono un comune denominatore culturale per la collaborazione degli ambiti artistici, in base ad un impegno condiviso circa produzione, distribuzione e divisione del lavoro. Alla distinzione tra arte e artigianato consegue la domanda se vi sia una distinzione tra la figura dell'artista e quella del *fashion designer*.

Come l'arte, oggi la moda è un lavoro di tipo collettivo, nella cui sfera gli individui interagiscono per creare e legittimare: essa è il prodotto di una serie di scelte singole determinate da individui che, ciascuno nel proprio settore, tra fotografi, giornalisti, editori di riviste di moda, modelli, modelle e via di seguito, si rapportano l'un l'altro.²⁸

Il design di moda sembra differenziarsi dall'arte, come le altre arti applicate, per il fatto che il sistema delle relazioni collettive costituisce un'economia estetica ove gli aspetti più significativi della produzione culturale trovano fondamento nelle valutazioni economiche oltre che estetiche, viceversa nel mondo dell'arte tali considerazioni risultano marginali rispetto alla peculiarità assoluta dell'ideazione artistica che, come tale, si rivela indipendente rispetto al conseguimento di un valore economico:²⁹ tale differenziazione è tuttavia argomentabile unicamente sul piano teorico, poiché la realtà definisce ulteriori

percorsi diretti a rendere analoghi i due ambiti.

La questione dell'utilità, aspetto determinante per la moda e teoricamente del tutto irrilevante nell'arte, costituisce la discrepanza basilare tra moda e arte: gli artisti che creano abiti, ovvero *clothes art*, non risultano infatti interessati ad aspetti utilitari o commerciali, come può dimostrare il fatto che essi creano spesso abiti non indossabili. Alcuni *fashion designer*, inoltre, hanno optato per la creatività artistica preferendo esibire le loro opere in sedi museali.

Sia l'arte sia il design di moda sono creati, dunque, in sistemi di relazioni collaborative, ma la moda differisce dai mondi dell'arte per l'attenzione posta su considerazioni di tipo economico e sull'utilità del prodotto che, rapidamente diffuso, muta altrettanto velocemente la sua forma. Attraverso modalità analoghe si rivela utile un confronto tra artisti e artigiani, poiché anche nell'artigianato l'oggetto ha una finalità utilitaristica legata alle specifiche esigenze della committenza. Gli artisti viceversa ne sarebbero indipendenti. Secondo questa linea di pensiero il *fashion designer* che lavora per l'Alta moda e per le aziende di lusso mostra analogie con artisti e artigiani che producono oggetti di qualità estetica, non qualificabili tuttavia come arte.

Questo orientamento critico trascura del tutto il fatto che sovente i grandi *fashion designer* trasgrediscono radicalmente le norme del *design* di moda, sfidando apertamente i significati e le convenzioni. Essi infrangono ogni tradizione rispetto all'abbigliamento sartoriale convenzionale, sia nell'uso dei materiali, come Paco Rabanne, oppure prospettando ironiche sovversioni radicali come Jean Paul Gaultier.³⁰



Abiti di Rei Kawakubo esposti per la mostra *Rei Kawakubo/Comme des Garçons. Art of the In-Between*, 2017, New York, Metropolitan Museum of Art.

Si verificano, quindi, associazioni del tutto inattese e non convenzionali tra tipi differenti di abbigliamento e oggetti, in una manifesta combinazione di elementi, di stili e periodi diversi in forma di *pastiche*,³¹ come già negli anni Trenta Schiaparelli che contravveniva radicalmente le norme della *Haute Couture*, proponendo un'originale dichiarazione di intenti.

Nell'ambito dei *fashion studies*, nelle diverse trattazioni sul multiforme rapporto tra stilisti e mondo dell'arte, fra le proposte recenti emerge una parti-

colare tipologia di *fashion designer*³² cui sta a cuore la distinzione tra arte e artigianato, concetti che ritornano sovente tra gli stilisti:³³ *arts and crafts*³⁴ costituiscono difatti i poli entro cui si muove questo tipo di attività. Si tratta tuttavia di mondi distinti, se pure contigui, diversificati dallo scopo, poiché l'artigianato produce artefatti utili esposti a un giudizio esterno, mentre un artista concepisce se stesso come ispirato latore di una personale visione del mondo, formulata in base a specifiche competenze tecniche, atte a trasformare il suo creato in cultura.

Eventuali finalità utili sono interne al modo dell'arte, legate a una fruizione estetica, come la possibilità che un'opera entri in una collezione per essere esposta a un giudizio di valore estetico e dunque non rapportabile a una clientela, ma alla storia dell'arte.³⁵ In tale contesto valutativo emergerebbero due categorie di *fashion designers*, la prima coltiva la perfezione tecnica della produzione, l'eleganza delle linee, il rispetto dei canoni tradizionali, seguendo un modello comportamentale proteso all'interpretazione personale e creativa degli stili correnti, perseguendo la ricerca del bello in armonia con una concezione comunemente accettata, aderente a una impostazione classicista, probabilmente per evitare lo shock del nuovo e in tal senso un esempio canonico potrebbe essere individuato in Cristobal Balenciaga. Una seconda categoria, definibile come avanguardista o postmodernista,³⁶ si indirizza verso una produzione di rottura che disattende le aspettative del pubblico riguardo l'uso di un indumento e contestando il modo 'corretto' di disegnarlo e produrlo, tale orientamento determina un effetto di spettacolarità e di sovversione degli schemi tradizionali, nell'intento di attirare il sistema dei media e mettere a disposizione del consumatore un'esperienza estetica particolare:³⁷ un esempio emblematico in tal senso è quello di Jean Paul Gaultier.

Un'altra categoria potrebbe essere individuata tra gli stilisti che non si riconoscono nelle due tendenze sopra citate, poiché muovono la loro attività entro un orizzonte di diversa matrice, più propriamente industriale, esulando in buona parte dalla dicotomia arte-artigianato, essi sono comunque degli innovatori³⁸ nel senso che forniscono una diversa visione dell'artigianato legato al

mondo industriale e emergono in tale contesto diversi stilisti milanesi. Variabili geografiche ed economiche influenzano indubbiamente i *fashion designers*: le ricerche dimostrano statisticamente che stilisti londinesi, in particolare quelli diplomati nelle scuole d'arte, fanno abitualmente ricorso all'arte traendone ispirazione e legittimando in tal modo un'attività di tipo lucrativo.³⁹

L'attenzione al rapporto moda-arte risale molto indietro nel tempo. Lo stilista francese Paul Poiret, contraddistinto come 'il re della moda', nel 1931 scriveva nelle sue memorie: "Sono uno sciocco quando sogno di mettere arte nei miei abiti, uno sciocco quando dico che la creazione di un abito è un'arte? Perché ho sempre amato i pittori e mi sono sentito un parente uguale a loro. Sembra che pratichiamo lo stesso mestiere e che sono i miei colleghi".⁴⁰ Stabilita la sua casa di moda nel 1903, Poiret ha dominato il mondo della moda nel primo decennio del XX secolo, spegnendosi a Parigi nel 1944. Oltre a presentarsi come artista e patrono delle arti, Poiret ha promosso le sue creazioni come opere d'arte uniche e originali in sé stesse dominando con piglio le arti visive e dello spettacolo e lavorando con artisti associati al modernismo d'avanguardia. Tra le varie collaborazioni di Poiret, la più duratura fu quella con Raoul Dufy (1877-1953): tra i suoi modelli fu il celebre cappotto *La Perse* del 1911, indossato nel 1911 dall'attrice Eva Lavallière, nella rappresentazione teatrale de *Le favorite* di Albert Camus. Spesso, infatti, i modelli presentati nelle pubblicazioni di moda venivano adoperati dalle principali attrici teatrali, pratica questa che ha incoraggiato l'accettazione di molte delle creazioni più radicali di Poiret.



Paul Poiret, *costume in maschera*, 1911, New York, Metropolitan Museum.

Non si può trascurare, inoltre, il grande successo dell'atelier di Mariano Fortuny con la creazione *Delphos* del 1909, un iconico e semplice abito monocromo ispirato ai miti greci. In questo caso la fonte d'ispirazione fu, infatti, il chitone ionico dell'*Auriga* di Delfi, celebre scultura greca rinvenuta nel 1896. Più tardi, oltre la Schiaparelli, anche le Sorelle Fontana si sarebbero dedicate, dal 1951 al 1959, a coinvolgere artisti citando le loro opere nei modelli.

Un ruolo considerevole, sotto l'aspetto critico, fu svolto dal filmato presentato alla Biennale di Arte e Moda a Firenze del 1996, diretta da Germano Celant, Ingrid Sischy e Luigi Settembrini: una grande rassegna che coinvolse quaranta protagonisti internazionali delle arti, nonché trentotto firme mondiali della moda. Il progetto, ponendo il tema all'attenzione di tutti, aveva come obiettivo l'esplorazione e il racconto delle influenze reciproche per individuare il rapporto creativo fra l'universo della moda e le arti visive, il design, l'architettura, il cinema, la fotografia, il costume e la storia. Tra i molti stilisti che hanno curato l'intrinseco rapporto tra arte e moda e gli accostamenti più arditi, riuscendo a valorizzare i materiali e le forme figura in modo particolare Krizia con le sue costanti geometrie, che rimandano alle opere di Fontana e Burri, Itten, Malevich e Depero. Abiti confluiti nel 2015 nella mostra di Tokyo, al Museo d'Arte contemporanea.

Strettamente legati alla contemporaneità per la loro tendenza sperimentale, ci sono stilisti come Yamamoto per le sue significative collaborazioni con il cinema; Alexander McQuenn per le sue evocazioni dell'immaginario gotico e dei dipinti di Van der Goes; si può aggiungere poi l'energico richiamo all'artigianato sardo proposto da Antonio Marras, fino alla *fashion artist* Rebecca Horn.

In anni molto più recenti il Metropolitan Museum di New York ha offerto occasioni straordinarie di rapporto tra arte e moda attraverso mostre di estremo rilievo culturale, ponendo l'accento su figure innovative e radicali, come quella di Rey Kawakubo. Sin dalla fondazione di Comme des Garçons nel 1969, la designer di Tokyo ha costantemente definito e ridefinito l'estetica del nostro tempo. Stagione dopo

stagione, collezione dopo collezione, la stilista ha promosso idee non convenzionali di bellezza, annientando la relazione tra corpo e moda: i suoi abiti resistono a ogni definizione o interpretazione confusa, poiché possono essere letti come *koan* o enigmi Zen, ideati per scoraggiare e sconcertare. Al centro del suo lavoro sono il *koan mu* (vuoto) e la nozione relativa di *ma* (spazio), che coesistono nel concetto di *in-between*. Kawakubo mette in luce uno studio estetico e formale, nonché il percorso della ricerca artistica alla luce di una sensibilità estetica, stabilendo una zona inquietante di ambiguità visiva dal carattere elusivo. La mostra di Rei Kawakubo, *Comme des Garçons: Arte dell'Interno* al Costume Institute del Metropolitan Museum of Art, specifica che l'arte dell'In-Between esamina nove espressioni di interdipendenza all'interno delle collezioni della designer giapponese: Assenza / Presenza; Design / Non Design; Moda / Antifashion; Modello / Multipla; High / Low; Quindi / Ora; Sé / Altro; Oggetto / Soggetto; Vestiti / Non vestiti. La ricerca sulla dualità, nella logica binaria dell'autrice sfida le classificazioni, poiché i suoi vestiti espongono l'artificialità, l'arbitrarietà e il vuoto delle dicotomie convenzionali. L'arte *In-between* di Kawakubo genera significative mediazioni e connessioni, soprattutto innovazioni e trasformazioni rivoluzionarie, offrendo infinite possibilità per la creazione e la ricreazione. Kawakubo esamina, proprio attraverso le sue creazioni, il concetto di 'vacuità' e 'spazio' coinvolgendo le figure del Buddismo Zen in un'interazione di forme strutturali interdipendenti.⁴¹ Su questa linea di ricerca, il grande museo americano ha approfondito diverse tematiche come, in modo particolare il rapporto del corpo con la moda, confluito nelle installazioni di B.J. Andreson.

Ken Scott: dall'arte alla moda

In tale contesto si possono estrapolare esempi significativi rispetto alla ricerca contemporanea sull'arte della moda, per i segni molto precisi impressi alla moda italiana e internazionale. Precedentemente ai fatti contemporanei, un modello emblematico di artista divenuto stilista è stato rappresentato da Ken Scott che ha inaugurato un genere specifico di produttività moderna. Definito



La principessa Ira von Fürstenberg indossa un abito corto da sera a collo alto disegnato da Ken Scott nel 1967.

dagli esperti come 'il maestro dei fiori stampatissimi', rendeva aristocratici anche i fiori di campo, muovendosi in un ideale universo fiorito. Dino Buzzati ne estrinsecava le caratteristiche rinvenendo nelle sue creazioni: "Il semplicissimo, il nulla-vestito-di-niente, o preziosismi alessandrini, squisitezze che si avvolgono su se stesse a spirale".⁴²

Ken Scott, ovvero il 'giardiniere della moda' dalla personalità eclettica, diviene lo stilista della modernità. La sua moda era fatta di peonie, rose, papaveri, girasoli, petunie e astri in un rigoglio di fiori e natura sparsi su camicie, foulard, *beach-jamas*, bikini, *chemisier*, poi su borse, valigie, tessuti e oggetti per la casa. Un turbine creativo confluito in quella che sarebbe stata una delle stagioni più singolari della moda che segnò i *Sixties* e si impose come vero e proprio *cult* della cultura *Seventies*.⁴³ I suoi abiti erano di taglio semplice con *chemisier*, tubini, camicie e tuniche, ma spettacolari nel disegno. Le stampe erano meravigliose: zinnie, dalie, girasoli, viole del pensiero, gigli, rose, petunie, in una profusione di colori strabilianti. Gli abiti dalle linee agevoli, inoltre, avevano il pregio di essere ingualcibili, poiché Scott utilizzava il *jersey* e il famoso *Ban Lon*, un tessuto di seta artificiale. I 'figli dei fiori' sarebbero comparsi di lì a poco. Più tardi Joe Eula, illustratore di moda di Manhattan, avrebbe commentato: "Ken ha creato i colori psichedelici prima ancora che si sapesse il significato di psichedelico. Nessuno aveva mai osato mettere un colore vicino all'altro nel modo in cui lo fece lui...".

Icone di stile come Jacqueline Kennedy e Audrey Hepburn indossavano i suoi abiti fioriti, ma le sue creazioni avevano prezzi accessibilissimi e ben presto un capo o un accessorio di Ken Scott, entrò nel guardaroba di ogni donna.



Ken Scott, sfilata *Moda Gastronomica*, disegno 'Rigatoni', 1970, Roma, interno del locale storico Piper.

Nato in Indiana nel 1919, Ken Scott⁴⁴ è stato allievo delle famose Parson School of Design e Moses Soyer di New York, iniziando la sua attività artistica come pittore in contatto con artisti del calibro di Sebastian Matta e Marc Chagall, destinati a rimanere suoi amici per tutta la vita. Lo stilista fu apprezzato e sostenuto da Peggy Guggenheim, che organizzò la sua prima personale nel 1944. Spirito irrequieto e bohémien, Scott si trasferì definitivamente in Europa nel 1946 dividendosi tra Parigi e una casa in Costa Azzurra, che diverrà il suo rifugio. Nato dall'esperienza pittorica, ha ap-



Peggy Guggenheim indossa un abito di Ken Scott, 1966 circa, Venezia, giardino di Palazzo Venier dei Leoni.

plicato la sua fantasiosa e accesa sensibilità per i colori al design dei tessuti, collaborando con il disegnatore americano Joe Martin e realizzando sfondi floreali per i più affermati produttori tessili francesi. Christian Dior adottò un suo bozzetto per la collezione d'Alta Moda primavera-estate del 1954 lanciando Ken Scott nel firmamento degli astri emergenti. Nel 1955 lo stilista apre uno studio a Milano, fondando insieme con Vittorio Fiorazzo il marchio Falconetto, specializzato nel tessile stampato per arredamento. Questo è il decennio centrale della sua attività e la sua fama si estende sia al design che alle creazioni di tessuti per interni.

Ken Scott ha abitato a Milano, all'ultimo piano

di una casa liberty in via Corridoni trasformando il terrazzo in uno splendido giardino, ove coltivava personalmente i fiori che poi trasferiva nel disegno destinato alle stoffe per le sue collezioni, in particolare rose, zinnie e convolvuli. I suoi tessuti *imprimés* a fiori vivacissimi hanno rivoluzionato la moda di quel periodo che, oltre ad abiti e accessori, hanno decorato gli interni delle case con tessuti e oggetti d'arredo. Scott ha creato, dunque, una frattura rispetto al modello degli anni Cinquanta, concependo un uso assolutamente inedito delle tinte accese e degli accostamenti tra i colori. Le sue fantasie sono infatti adottate da molte aziende italiane di livello e da alcune case milanesi di prêt-à-porter di lusso.

Agli inizi degli anni Sessanta, Scott comincia a firmare le linee di abiti e accessori diventando in breve tempo lo stilista simbolo della fantasia, del colore, della modernità, un creativo che irrompe



Brigitte Bardot indossa un abito di Ken Scott, anni '70.

non soltanto nelle sfilate, ma pensa e allestisce anche passerelle in luoghi non deputati canonicamente alla moda, come il tendone del circo o il locale giovanile di tendenza di quegli anni, come il celeberrimo Piper di Roma. Scott è stato un artista votatosi all'artigianato e all'attività di manager, creatore di performance, disegnando personalmente tutti gli accessori 'vestiti' dagli indossatori, dagli occhiali alle scarpe ai cappelli, senza tralasciare la cura grafica nella realizzazione di tutto l'apparato dedicato alla comunicazione dell'evento, dalle brochure agli inviti, dalle locandine ai manifesti.

Nel mondo della moda, Scott è stato tra i primi a costruire una rete di realtà creative e produttive attorno a un'attività principale, finalizzata a esaltare l'attrattiva del suo marchio: un esempio tra i tanti il ristorante Eat and Dreams, aperto a Milano negli anni Settanta, concepito e arredato in linea con la sua vivace e fantasiosa verve. Protagonista tra i più



Audrey Hepburn indossa un abito di Ken Scott, 1966.



Jaqueline Kennedy indossa un abito di Ken Scott, metà anni '60, Florida, Palm Beach.

originali e imprevedibili della moda italiana e internazionale degli anni Sessanta e Settanta, Ken Scott ha creato un marchio realizzando disegni considerati *cult* in numerose linee di prodotti Made in Italy, dando vita poi a un filone di stilisti floreali. Susan Nevelson, una delle donne più influenti del Novecento nell'arte e nella moda, dal 1962 al 1991 ha disegnato in esclusiva per l'amico stilista Ken Scott tracciando una strada di eleganza eclettica, dai colori psichedelici e dalle sconfinata fantasie, riviste e copiate su tante passerelle. Anticipatore della moda unisex, Scott veste di fiori sia donne che uomini chiedendosi: "I nobili Medici, che hanno inventato il sistema bancario, indossavano abiti di magnifici colori, allora perché un bancario di oggi non potrebbe indossare un abito in velluto rosso?".⁴⁵

Nel giugno 1972 il celebre designer fece sbocciare i suoi fiori a Milano, in via Montenapoleone: un lunghissimo tappeto di moquette a stampa intitolato *Galla Placidia*, con fiori ispirati al cielo del celebre mausoleo di Ravenna, il tappeto srotolato lungo la strada colorava il grigiore della città con un'esplosione di vita.

Capucci la moda è arte

Tra i pionieri italiani di uno straordinario rapporto di radicale fusione tra il mondo della moda e quello dell'arte vi è senza dubbio Roberto Capucci. Il maestro della moda italiana compie un percorso la cui eccezionale linearità di pensiero fa della moda un'opera d'arte, creando i celebri abiti-scultura. Le sue regali creazioni, frutto di un raffinato lavoro artigianale, manifestano la ricerca continua dell'eleganza intesa come forma d'arte,⁴⁶ in un lungo e produttivo percorso.

La stampa francese degli anni Cinquanta lo battezzò 'le pétite Balenciaga', l'entusiasmo creativo di questo maestro della *Haute Couture*, trasferiva nelle sue creazioni lo slancio vitale dell'Italia che usciva dalla polvere e i detriti della guerra per addentrarsi nella visione della Dolce vita. Capucci ha

vestito Marilyn Monroe e Gloria Swanson, insinuando nei suoi abiti il fascino della grande stagione hollywoodiana, divenendo uno dei padri della moda italiana. Nel 1951 Capucci ha cominciato a creare opere d'arte in tessuto e oggi gli abiti-scultura che hanno vestito la nobiltà italiana per diverse generazioni sono nei più prestigiosi musei del mondo. Nel 1958 egli crea la Linea a scatola, un'autentica rivoluzione; nel settembre dello stesso anno viene insignito a Boston con la massima onorificenza, ovvero l'Oscar della Moda quale migliore creatore di moda, insieme a nomi del calibro di Pierre Cardin e James Galanos.

Il lavoro di Capucci è paragonabile a quello di un abile architetto che utilizza filo e forbici per confezionare abiti: la seta, il taffetà, i rasi si incontrano con materiali inconsueti come paglia, ottone, plexiglas, cristalli di rocca, tubi di plastica, ciottoli di pietra, dando vita a creazioni uniche. Uno stile senza tempo quello del maestro, che fonda le sue radici nell'arte, specie nell'architettura. Capucci ha sempre lavorato all'insegna della libertà, fuori dalle strettoie delle imposizioni commerciali e pubblicitarie, senza sottoporsi alle regole ed esponendo le sue creazioni nei luoghi e nei tempi da lui preferiti. Lontano dai clamori e dalle grandi passerelle, la determinazione di questo stilista sta nel cucire arte e artigianato, ovunque stimato dai critici d'arte è stato rapito spesso dal mondo del cinema, vestendone le eroine. Egli ha da sempre percorso la via dell'eleganza, della ricerca della bellezza allo stato puro: "Non ho guadagnato molto. Ma sono felice. [...] Mi piace che i miei abiti siano esposti nei musei per mesi e ammirati da numerose persone. Una sfilata dura mezz'ora ed è vista solo dagli addetti ai lavori".⁴⁷



Roberto Capucci durante la rassegna *Voce del verbo moda*, 2012, Torino.



Roberto Capucci, abito-scultura in raso intarsi, toni di verde e di grigio 'Linea a Scatola', effetto *panier* e ricami sui lati, collezione 1985, New York City, Army National Guard Armory.



Roberto Capucci, abito-scultura in seta con bolero tubolare, collezione 1985, New York City, Army National Guard Armory.

Nato a Roma nel 1930, Capucci ha cominciato la sua attività nella bottega di Emilio Schuberth, sbalordendo il grande pubblico già nel 1951, con i suoi abiti costruiti come lievi architetture. Invitato a Firenze dal conte Giovanni Battista Giorgini per il secondo appuntamento con le sfilate di moda, Capucci prosegue il suo straordinario gioco di forme e materiali in dialogo: proprio nel capoluogo toscano una sua mostra, tenuta a Villa Bardi nel 2016, ha proposto uno dei tanti possibili dialoghi tra la moda e l'arte: in questo caso l'opera di Umberto Mariani.⁴⁸ A Parigi nei primi anni Sessanta, Capucci incrementa il desiderio di sperimentazione attraverso volumi insoliti, colori audaci, proporzioni inedite che avrebbero condotto verso esperienze ardite con l'uso di materiali insoliti come il bambù e la rafia: "Creai un abito ispirandomi ai cerchi che si formano gettando un sasso in uno stagno. Fu un successo".⁴⁹

Gli anni Sessanta e Settanta sono per Capucci, trasferitosi a Parigi e da qui nuovamente in Italia e a Roma a seguito di una difficile crisi personale, il momento in cui matura il rifiuto totale per le dinamiche commerciali. A ridare poi nuova linfa alla creatività del maestro è l'incontro con Pier Paolo Pasolini, che nel 1968 chiede a Capucci di realizzare gli abiti per Silvana Mangano, interprete ambigua e lunare del film *Teorema* e modello ideale di femminilità per il maestro. Capucci per la celebre attrice realizza un abito-tunica in *georgette*, con applicazioni di cordoni sullo scollo, sul giromanica e alla vita: questo abito segna di fatto l'ini-

Roberto Capucci, abito *Nove Gonne*, 1956. Un grande classico della *Haute Couture* italiana ispirato dal lancio di un sasso nell'acqua, composto da nove gonne concentriche e sovrapposte in taffetà rosso, presentato nel 1956 nella Sala Bianca di Palazzo Pitti, Firenze, per la terza edizione di Italian High Fashion Show.



zio di una nuova produzione, immortalata da celebri foto: egli sperimenta l'abbinamento tra materiali poveri e ricchi, realizzando contrapposizioni tra tessuti leggerissimi, morbidi e impalpabili (come il *crêpe georgette*) e i pesanti sassi, il bambù o la paglia intrecciata.

La coesistenza di materia ricca e povera, ovvero di tessuti pregiati con materiali diversi, sarà una costante dell'opera di Capucci fino al 1980 quando, per l'ultima volta, compaiono intrecci di rafia e nastri di raso. Questa parentesi, caratterizzata dal parziale abbandono della seta per sperimentare materie diverse, fa assumere a Capucci la certezza di questo tipo sperimentazioni come nell'*Abito da sera in paglia*, determinando nella sua opera una totale libertà creativa, svincolata da riverenze filologiche. Il maestro volge, dunque, verso le monocromie dell'antichità, abbandonando tinte chiare per colori via via più squillanti. Egli torna poi alla preziosità dei tessuti serici, tramati d'oro, con lavorazioni a nido d'ape in rilievo ispirate alle produzioni di pregio e ai tessuti degli abiti destinati al clero.⁵⁰ Derivano da ciò le regali gamme cromatiche delle creazioni, fastose e vibranti come i colori delle stoffe indiane ispirate dal viaggio in India negli anni Settanta. Nascono così una serie di ideazioni sempre più impalpabili e colorate, come ad esempio il *Peplo*, un abito realizzato in *georgette* grigio, con pieghe nei vari toni del verde (realizzato poi nelle varianti del giallo, del geranio e del blu) in cui si affina anche la tecnica del *plissé*.

Grazie al *plissé*, utilizzato da Capucci a partire dagli anni Ottanta con rinnovata consapevolezza, anche il concetto di materia si trasforma divenendo elemento decorativo rigido e strutturale.

Come osservava acutamente il regista Giulio Macchi, commentando il lavoro di Capucci in occasione dell'esposizione dei *12 abiti omaggio a 12 minerali*, per la Quarantaseiesima edizione della Biennale Internazionale d'Arte di Venezia: "Nell'atelier-fucina di Capucci, pur usando ago e filo, si tratta la seta come metallo, la si modella come fosse stagno, la si fonde come bronzo".⁵¹ Nel luglio del 1970 Capucci presenta per la prima volta il suo lavoro in un museo a Roma: il luogo prescelto è il ninfeo del Museo di Arte Etrusca di Villa Giulia.

Anarchico e scevro da ogni logica di mercato, esteta di antica tradizione, Capucci nel 1980 si dimette dalla Camera Nazionale della Moda e decide di intraprendere un percorso in linea con la sua personalità divorziando dalle istituzioni. Questo determina nel maestro la completa dedizione alla sua opera estetica. Il grande *couturier* si ritira in una creazione solitaria con un solo fine: l'arte. Genio ribelle, Capucci aborre le logiche di mercato, come le scadenze e il caos tipici delle settimane della moda. Alla base della sua attività, infatti, vi è una autentica ricerca estetica e gli abiti-scultura sono vere e proprie opere d'arte da indossare. A partire dagli anni Ottanta le sue collezioni non vengono più inserite all'interno di alcun calendario, ma vengono presentate come delle personali d'artista.⁵²

Il maestro della moda italiana ha poi perseguito la propria ricerca formale, tesa a esaltare l'abito come irripetibile opera creativa. Nel 1982 la necessità di una maggiore autonomia e il gusto per la ricerca lo hanno sollecitato a prendere le distanze dalle strutture istituzionali della moda. Il suo stile diviene gradualmente più scultoreo e



sperimentale, al centro di notevoli mostre internazionali, come quella al Kunsthistorisches Museum di Vienna⁵³ che affiancava gli abiti alle armature rinascimentali, in un incontro di vibrazioni ove venivano esposte forme indimenticabili, protese nello spazio. Nell'intrepido percorso mostra sculture nate dalla riunione fisica dei colori montati uno sull'altro, tanto da conseguire tangibili valenze spaziali rapportabili, attraverso sofisticati confronti, alle armature da cerimonia del XV secolo e alle uniformi di gala del XVIII secolo, provenienti dalla famiglia imperiale degli Asburgo. Gli abiti di Capucci sono stati ideati per isolare chi li indossa in un proprio mondo di appartenenza. Il rango o la trasfigurazione ideale di quest'appartenenza rimandano, infatti, a un cerimoniale codificato di gesti severi e scrupolosi: abiti e armature da parata nati per l'apparizione richiedono in chi li indossa la suprema sprezzatura dei sovrani rinascimentali.

Un analogo intento celebrativo di questo aspetto della creatività di Capucci è stato oggetto della mostra alla Venaria Reale di Torino nel 2014, ove la rappresentazione della 'regalità' modellata dalle sculture in stoffa è stata definita dalla visione di capi splendidi e ieratici.⁵⁴

Le creazioni del maestro sono presenti, in esposizione permanente, in diversi musei come la Galleria del Costume di Palazzo Pitti a Firenze e il Victoria and Albert Museum di Londra. Nel 2005 è nata la Fondazione Capucci con l'intento di preservare e diffondere l'operato del maestro in

Pierre-Louis Pierson, *Scherzo di Follia*, stampato nel 1940, New York, Metropolitan Museum. La contessa Virginia Oldoini Verasis di Castiglione, è anche ricordata come la prima modella della storia della fotografia di moda.

un'ottica di formazione e innovazione del mondo della moda nazionale e internazionale. A partire dal 2007 a Firenze sono stati organizzati i primi eventi. A marzo del 2015 il *Couturier* ha battezzato la prima collezione di *prêt-à-porter* che porta il suo nome, firmata da Cinzia Minghetti: "I tempi sono cambiati. La donna ha bisogno di sentirsi bella, ma anche comoda dal mattino alla sera", spiega il maestro e racconta gli anni al Ritz di Parigi, dove conobbe Coco Chanel, in una suite grandissima, "con la sigaretta e un cappellaccio, sempre arrabbiata".⁵⁵ L'incontro del *couturier* con Sofia Loren non ha avuto invece un esito felice, poiché l'attrice indossava abiti di Christian Dior volendo vestire anche Capucci. Non facile la relazione anche con Anna Magnani, presentata da Valentina Cortese: "Arrivò con in braccio il suo bassotto, Lillina. E io le feci trovare le sei *vendeuses* dell'atelier. Tutte con una tunica nera e cinque fili di perle, allineate per riceverla. Lei le guardò con un'aria arrabbiata e brontolò: 'Tutte queste donne non mi piacciono' e ordinò cinque vestiti". Il maestro tuttavia li bloccò. Rita Levi Montalcini fu convinta da Capucci a indossare il primo abito lungo della sua vita, in occasione della consegna del Premio Nobel. La professoressa divenne poi sua affezionata cliente. Quasi un canto alla modernità il consiglio del grande ideatore: "Non si deve aver paura di andare fuori dai canoni normali, di essere ironici. Se uno si pone dei limiti, è costretto a starci tutta la vita".⁵⁶

L'ispirazione del suo *Nove gonne*, un abito nato dall'osservazione dei cerchi concentrici generati da un sasso finito nello stagno, approdava nel 2011 nella mostra al Philadelphia Museum of Art per l'esposizione *Roberto Capucci: Art into*

Fashion, un abito così originale da stimolare la pubblicità della Cadillac Series 62 del 1957. Molte creazioni di Capucci si relazioneranno con i musei rappresentando attraverso la creatività non soltanto uno stile, ma un segno di inimitabile italianità. Nel 1965 l'abito con piume di struzzo, omaggio all'arte di Vasarely, oppure nel 1982 seta e velluto come spicchi di un'arancia tessile, che danno vita all'*Arancia sculpture dress*. Gli abiti-scultura di Capucci si conservano nei più grandi musei internazionali: al Victoria and Albert Museum di Londra è infatti custodito un magnifico abito da sera rosa fucsia e verde, del 1987-88; nell'Archivio del Costume del Metropolitan si trova una creazione del 1978, di lana e cotone, costituita da quattro pezzi: pantaloni, gonna lunga alla cavaglia, giacca lunga stile *redingote*, camicia di cotone con collo alto chiuso, come spiega Serena Angelini Parravicini della Fondazione Roberto Capucci si tratta di: "Un modello molto inusuale e molto castigato donato privatamente da una cliente di Capucci a Diane Vreeland, allora curatrice della collezione Costume del Museo".

In tempi più recenti la mostra-evento *The Glamour of Italian Fashion*, organizzata nel 2014 dal Victoria and Albert Museum, è divenuta successivamente itinerante con il nuovo titolo *Italian Style: fashion since 1945*. Al museo McCord di Montreal il nuovo percorso espositivo ha presentato un abito storico quasi inedito, del 1958, di proprietà dell'Archivio della Fondazione Roberto Capucci dalla 'linea a scatola' in taffetà viola, dall'inusuale taglio tra il corto e il lungo di quello che è stato definito il 'cavaliere solitario della moda'.⁵⁷

Il maestro ha lavorato sempre al di fuori dai calendari commerciali, abituato a esser celebrato in

luoghi di rara solennità: da Palazzo Strozzi a Firenze al Teatro Farnese di Parma, da Palazzo Colonna a Roma al Museo Fortuny di Venezia, dal Museo Puskin di Mosca al Palazzo Imperiale di Xian, financo al Victoria and Albert di Londra. Le sue opere sono esposte in templi dell'arte, come il Guggenheim di New York, la Fundación Santander di Madrid e poi a Parigi, Amsterdam, Pechino, Johannesburg, Tokyo, Berlino, Stoccolma, Boston, dove a Capucci è stato assegnato, primo tra gli stilisti italiani, l'Oscar della Moda. E poi ancora a Monaco e a San Pietroburgo.

Il rapporto con l'arte è costantemente colmo di suggestioni e rimandi, come l'abito omaggio a Burri del 1969⁵⁸ presentato nell'atelier di via Gregoriana. La fascinazione offerta al maestro dalla scultura barocca è forse un elemento caratterizzante del suo lavoro poiché esprime un profondo legame con Roma dove: "C'è quest'atmosfera di splendore barocco che ci circonda, ci avvolge...". Per questo il maestro si definisce suggestivamente "Malato di bellezza" e, come i grandi artisti dell'età barocca, si ispira alla natura che offre forme, misteri, profumi, alla musica, alla pittura: "Posso entrare alla Pinacoteca di Siena, soffermarmi per l'intera giornata ad ammirare i Primitivi, fare il 'pieno' di bellezza, poi tornare al lavoro e creare qualcosa che, concettualmente e strutturalmente, è magari agli antipodi di quel che ho visto. Ma non importa: l'arte prima o poi arriva, non c'è nulla da fare. Purché – lo ripeto – sia sincera, rappresenti una verità dell'artista, non sia un bluff: arriva, come la meraviglia di un'ombra su un muro, di un temporale inatteso. Quale arte prediligo? Impossibile stilare classifiche: sarebbe come chiedere a una madre di cinque figli quale di loro preferisce [...]

Durante i lavori alla Cappella Sistina, ho passato ore e ore sulle impalcature, a fianco dei restauratori, a tu per tu con quegli affreschi vertiginosi. Tornavo a casa, e mi sembrava di volare. Amo questa sensazione di leggerezza. Posso dire, con gioia, di essere un uomo sereno, un uomo che ama la vita, nonostante le brutture, nonostante l'insopportabilità di tanti comportamenti: penso alla violenza, alla guerra. Mi capita non di rado, durante un concerto cui sto assistendo, di avere idee, illumina-



In prima fila da sinistra: Fortunato Depero Filippo Tommaso Marinetti e Francesco Cangiullo. Fotografia del 14 gennaio 1924 scattata in occasione della replica dello spettacolo della Compagnia del nuovo teatro Futurista a Torino. Gli artisti indossano gilet futuristi disegnati da Depero.

zioni improvvise. Allora faccio una piega sul cartoncino del programma, a mo' di promemoria, per non dimenticarmi, appunto, di aver avuto questa nuova intuizione. Poi, tornato a casa, prendo il taccuino e comincio a disegnare".

Le fonti ispiratrici di Capucci sono le più varie, dagli alberi e i fiori del mondo vegetale, al mondo animale e degli insetti, dalla mineralogia ai quattro elementi fondamentali, dai fenomeni fisici a quelli celesti. La lezione dei grandi pittori dell'Umanesimo e del Rinascimento si riflette nei colori puri alla Beato Angelico; nei riferimenti alle frappature simili a piumaggi ai bordi delle vesti, alle ampie maniche ai sontuosi strascichi di Pisanello, anch'egli tra l'altro disegnatore di tessuti e abiti, a Benozzo Gozzoli, a Gentile da Fabriano, e Paolo Uccello, ma anche, nell'abbondanza di stoffa di colori uniti verdi blu e rossi, alla moda immortalata da Jan van Eyck e dai fiamminghi del primo '400. Non mancano allusioni ai velluti, cremisi, pavonazzi, e ai dettagli sartoriali di Carpaccio al ricordo sontuoso di Tiziano in particolare dell'*Amor Sacro e profano*, confluito in uno splendido abito di raso bianco con una sola manica destra rossa. Le ampie gorgiere alla van Dyck, i fianchi allargati della corte madrilenica immortalati da Diego Velazquez denotano un'attenzione profonda, dovuta anche a studi specialistici sulla storia dell'arte antica, moderna e contemporanea presso l'Accademia di belle arti. Capucci guarda inoltre ai pittori veneti come Tiepolo, al quale rende pubblico omaggio a Berlino, nel 1992.

Il *Couturier* conosce l'esperienza del Novecento, dagli stilisti da Paul Poiret a Luca Worth, come pure dei precursori di una moda affrancata dalle industrie, disegnata da artisti dell'arte flo-

reale come Henry van de Velde e Gustav Klimt, il maestro fa proprie le irripetibile esperienze *déco* della Wiener Werkstatte, prodotte dal genio di Hoffmann e di Moser, come pure gli studi sensazionali sul colore dei futuristi Balla e Depero. I suoi celebri abiti a scatola sembrano ispirati oltre che da Campigli, certamente anche dalle forme di Picasso, Braque e Léger. Un'opera colossale confluita in un'enciclopedica raccolta di disegni e bozzetti.⁵⁹ Oltre una solida formazione in ambito artistico a partire dagli studi in Accademia dove ha avuto come maestri Mazzacurati, Avenali e Libero de Libero, la sensibilità per l'arte arriva a Capucci da più lontano, dalla famiglia, dove ha maturato prestissimo una solida capacità critica e, soprattutto, autocritica verso il dato estetico, tanto da essere considerato il sarto-artista per eccellenza.

Egli definisce il suo lavoro di arte-artigianato, attivo nella più assoluta libertà, unica condizione che gli consente di creare, svincolato da limiti commerciali, dà vita ad abiti non sempre finalizzati a essere indossati. Sculture, insomma, create senza badare al tempo e al denaro, utilizzando tessuti rari e preziosi, febbrilmente cercati, magari per tutta l'Europa, prima di riuscire a scovarli. Il celebre *Oceano*, ad esempio, presentato all'Expo di Lisbona nel 1998 dopo cinque mesi di lavoro, costruito da 1.200 frammenti di *plissé*, tagliati e applicati a mano singolarmente. È stato realizzato mediante la sovrapposizione di ventisette gradazioni di blu per interpretare il tema della manifestazione *L'Oceano, il futuro dei Mari*, dalla quale emerge il grande *fil rouge* delle sue forme ricostruite col *plissé*.

La storia di Roberto Capucci si lega fin dai suoi esordi alla seta, materiale naturale, da sempre sim-

bolo di preziosità ed eleganza che la sapienza dell'uomo è risuscita a esaltare e a trasformare in numerose varianti. Grazie all'utilizzo dell'antica tecnica del *plissé*,⁶⁰ la materia liscia e impalpabile del tessuto serico ha assunto spessore e consistenza trasferendo le caratteristiche di scultorea levigatezza e di precisione proprie del metallo. Grazie alla creatività e al genio di questo maestro della moda romana e internazionale, ha preso vita un impensato ponte spazio-temporale, tra passato e presente che attraversa tutta la storia della moda fino ai giorni nostri. La seta, del resto, è materia fluida, lucente e impalpabile come nessun'altra, tanto che di preziosa seta sono i paramenti sacri e gli abiti di pontefici e cardinali ritratti mirabilmente da pittori come Raffaello. Di seta sono poi i pregiati abiti di velluto, nero broccato in oro e fondo bianco in argento, come la veste di Eleonora di Toledo, ritratta da Bronzino. E il medesimo tessuto compare nei raffinati abiti di Dior nel 1958, che definisce il maestro "miglior creatore di moda italiana". Molte sono però le sete che Capucci sperimenterà nelle sue creazioni: dallo chiffon al *crêpe marocain*, dal *faille*, al *gazar*, al *georgette*, al *mikado*, al *peau de soie*, al raso, al pesante *reps*, al *sauvage* (la seta selvatica), fino allo *shantung*, al taffetà, per dar luogo a una gamma sempre nuova di realizzazioni che dimostrano la sua capacità di evolversi nel tempo: nascono soffici corazze, pezzi unici, crisalidi luminose, ali di *plissé*, costruzioni realizzate in materiali rari, *mikado*, ermesino. Nel suo prediligere la seta Capucci ha indagato e appreso le tecniche del *plissé* a partire dagli Egizi, passando per la variante cosiddetta 'attorcigliata', fino a quella utilizzata per realizzare balze spesse in chiffon, che rifinivano gli abiti o gli scialli dell'ultimo trentennio dell'Otto-

cento. Il maestro inizia così a strutturare un proprio metodo scegliendo tra le tecniche della plissettura quella più antica, ovvero quella egizia. Il *plissé* gli permetterà così da un lato di realizzare volumi 'autoportanti', dall'altro di dare movimento alle superfici amplificando al tempo stesso anche la 'portanza' del colore, dei toni, delle sfumature e delle *nuances*, esaltate dalla rifrazione del raggio luminoso tra le pieghe del tessuto.⁶¹

Il più significativo fra gli abiti prodotti negli anni Ottanta, ove l'utilizzo del *plissé* è in grado di conferire alla morbida materia le caratteristiche di scultorea levigatezza e di precisione proprie appunto del metallo, è certamente l'abito chiamato *Farfallone*, del 1985, sfrontatamente sontuoso e realizzato in taffetà plissettato, in un arcobaleno di colori. L'effetto plastico e vibrante degli abiti di Capucci è ancor più evidente quando si usa un solo colore, come ad esempio in *Crete* del 1989. O anche soltanto due colori contrapposti o sfumati, come a esempio nell'*Oceano* del 1998, realizzato in taffetà in una gamma molteplice di gradazioni della stessa tinta.

Creatività, ricerca e meticolosità: queste le tre principali caratteristiche presenti in ogni creazione dell'indiscusso maestro della moda romana e italiana. Capucci, infatti, prepara ancor oggi per ogni abito fino a 1.200 bozzetti arrivando a utilizzare 180 metri di tessuto ed esigendo circa 1000 ore di lavoro – circa quattro mesi – per realizzare cuciture praticamente invisibili e ricami eseguiti con materiali insoliti, come pietruzze di fiume o piccole conchiglie, avvalendosi di infinite sfumature di colore fino a contarne 172.

Questi abiti sono scultura pura, libera da esigenze materiali e temporali. Neppure il corpo



Roberto Capucci, abito *Farfallone*, 1985, New York Army, National Guard Armory.

della donna intacca questa ricerca di purezza dalle forme architettoniche, che si realizza con elementi a ventaglio, giochi di ombra-luce-colore, linee spezzate, cubi, anelli, spirali, geometrie e fiori stilizzati, simmetrie e lunghe code. In tutto ciò il tessuto serico è sovrapposto, addomesticato a formare spigoli vivi, linee geometriche e volumi netti, organizzati in strutture tanto ardite da sfidare ogni legge di gravità. Ne scaturisce così un'originale e ricercata forma di congiunzione iconografica in grado di annullare il divario spazio-



Roberto Capucci, abito-scultura *Ventaglio* in taffetà di seta cangiante, 1980.

temporale, tra le vesti egizie e quelle della Magna Grecia, fra gli abiti di eleganti principesse degli anni Cinquanta e Sessanta e le lunghe tuniche pieghettate di Mariano Fortuny, tra i pepli statuari di Madame Grès negli anni Trenta e la non troppo celata malizia di Marilyn Monroe in *Quando la moglie è in vacanza* di Billy Wilder.

Da qui al *Pleats Please* funzionalista dello stilista giapponese Issey Miyake il passo è breve, anche se quest'ultimo realizza i suoi ieratici bozzoli di seta mediante una tecnica del tutto differente da quella utilizzata da Capucci, basata su due differenze sostanziali: da un lato l'abito viene prima cucito e poi plissettato, dall'altro il *plissé* è permanente, anche dopo vari lavaggi, grazie all'uso di tessuti sintetici come il poliestere.⁶² Anche in Miyake, grazie all'utilizzo del *plissé*, creatività e tecnica sembrano unirsi in un connubio ideale, capace di realizzare un ponte spazio-temporale tra classicismo e contemporaneità, oltre che tra Oriente e Occidente, per tornare così alle atmosfere che inequivocabilmente rievocano le storiche creazioni di Roberto Capucci.⁶³

Nella mostra *Lo stupore della forma*, promossa dal Fai a Villa Panza di Biumo, che ospita in permanenza una grande collezione di arte contemporanea americana, gli abiti di Capucci hanno dialogato in sintonia con i capolavori del Novecento: "L'idea di questa rassegna è stata di Giulia Maria Crespi, che me la propose. Io fui ben lieto di accettare, anche perché il luogo è davvero affascinante, sospeso tra il passato delle sue architetture e il presente o il futuro della collezione d'avanguardia di Giuseppe Panza di Biumo. L'allestimento non poteva prescindere da questo: così abbiamo esposto i miei abiti-scultura consi-

derando gli accostamenti, formali e soprattutto cromatici, con le opere esistenti. In perfetta sintonia con i capolavori del '900. Ad esempio, un vestito dove prevale l'oro è stato collocato in una stanza che conteneva un quadro giallo e uno nero; uno color acciaio insieme a quadri dipinti con tonalità grigio-perla. Nelle Scuderie e nel Salone Impero, invece, gli abiti sono stati posizionati accanto alle gigantografie di interpretazioni di mie creazioni da parte dei grandi fotografi di 'Vogue Italia', da Peter Lindbergh a Javier Valhonrat, a Gianpaolo Barbieri ed altri".

La mostra varesina è la seconda in cui le sue sculture vengono poste in relazione diretta con capolavori di maestri dell'arte del Novecento. La prima fu l'ormai mitica *Regards sur la femme*, nel 1993, alla Monnaie di Parigi, con i suoi abiti in intimo colloquio con opere di Picasso, Balthus, Moore, Arp, Masson: "In quell'occasione i francesi mi invitarono con insistenza, ma anche, mi sembrò di capire, un po'... a malincuore. Forse, per loro rappresentava una sorta di smacco doversi rivolgere a uno stilista italiano: ma evidentemente, in casa non avevano trovato una soluzione adeguata alle loro esigenze..."

A Villa Panza di Biumo sono stati esposti anche i dodici celebri abiti-scultura, ispirati al mondo dei minerali e realizzati per la Biennale di Venezia del 1995: "Il direttore di quella edizione della Biennale, Jean Clair, aveva già richiesto la presenza delle mie opere al Musée Picasso di Parigi, di cui era responsabile. Io allora avevo declinato l'invito, perché gli spazi della struttura non mi erano sembrati adatti all'operazione. Clair mi rinnovò la richiesta, appunto, in occasione della Biennale, cui furono ammessi a partecipare soltanto venti artisti

italiani (e non mancarono le polemiche, tra gli scultori esclusi). Egli non mi pose alcuna condizione, né mi diede indicazioni particolari. Mi regalò però un consiglio: 'Porti delle creazioni che siano la massima espressione della sua arte. Ma nel realizzarle non si dimentichi mai il lavoro che fa'".

La valenza artistica assoluta delle opere di Capucci si accompagna sempre alla contingenza dell'agire creativo. Un binomio indissolubile, che nobilita entrambe le facce della medaglia. L'abito con le sue forme, i suoi colori, soprattutto i suoi volumi, diviene una sorta di habitat, la storia del costume, aristocratico o popolare, ne costituisce una riprova, come alcuni tipologie monumentali dal Cinquecento, al Settecento, dalle esplosioni di gorgiere e crinoline: "non rinuncio alle mie idee, alle mie concezioni. Amo i volumi, le costruzioni, una luce che entra, un colore che esce. Ho fatto diventare mia la filosofia di vita da una massima di Schiller: 'Se quello che fai non piacerà alle folle, cerca di deliziare i pochi. È un errore voler piacere a tutti'".⁶⁴

Nel 1995 Capucci si trova a Pechino ospite del Governo cinese. Nell'incontro con l'allora ministro del Commercio Estero, la signora Wu Yi si presentò come persona difficile, pensando alle caratteristiche dello stile del maestro, raffrontato alla semplicità del vestire, data in quel paese, dalle elementari divise maoiste, ma il maestro ricevette una risposta singolare: "L'imperatore cinese nudo era un cinese; l'imperatore vestito era un imperatore. Lei, signor Capucci ha creato l'abitazione per le donne: il vestito è la casa di una donna, ne è l'anima. Nei suoi vestiti c'è il rispetto per le donne". Il maestro del resto afferma di nutrire enorme rispetto per la donna da lui vista come

una dea, traboccante di fascino segreto, detestando invece la volgarità e la sfrontatezza del 'piatto pronto', a favore di una scoperta graduale del mistero femminile, del disvelamento progressivo di ogni manifestazione, intima o esteriore.

Come la bottega di un artista rinascimentale, l'atelier diviene un elemento imprescindibile, un luogo del cuore e dell'anima, 'luogo mitico', fucina, dove la forza creativa che si sprigiona dai suoi abiti e si accompagna sempre a un esemplare rigore della costruzione. È proprio questa mistura di estro e sapienza compositiva a favorire esiti altissimi dal punto di vista artistico ove il disegno, come nel Rinascimento, ha un ruolo fondativo. A oggi, i disegni catalogati nell'archivio Capucci sono esattamente 33.870. "Disegnare per me è una droga: passo ore e ore con la matita in mano, perdendo la cognizione del tempo. Disegno in continuazione. Molti progetti di abiti, è naturale, sono rimasti tali, tracciati sulle pagine del taccuino e mai realizzati. Ma disegnare è fondamentale per me, fa parte della mia quotidianità".

leratiche, atemporali come sculture antiche o soffici iconiche corazze ricordo dell'incanto medievale, le creazioni di Roberto Capucci costituiscono un *unicum* stupefacente nel panorama della moda, maestro di stile, egli definisce l'eleganza come fascino, mistero, lontano da ogni esterità, ponendosi come testimone impotente

del decadimento dei costumi. Giudice inflessibile rispetto alla volgarità imperante nella sua Roma come nella società attuale, egli ha infatti più volte ribadito che oggi non vi è alcuna icona di stile.

"L'Alta Moda è morta", tuonava così pochi anni fa commentando le sfilate romane. E proprio lui, che della moda è stato uno dei nomi più importanti a livello mondiale, esordisce spesso e volentieri dicendo: "di moda non mi intendo affatto".⁶⁵ Gli occhi sagaci rivelano il suo ricchissimo mondo interiore, all'insegna del suo monito "Fai della bellezza il tuo costante ideale" e la sua eleganza è entrata nell'enciclopedia.⁶⁶

Nella grande Cina, paese di inesauribili scoperte, Capucci approda nel 1995 su invito del Ministro del Tessile signora Wu Yi, in occasione della manifestazione internazionale *La Via di Marco Polo*. In quella circostanza viene insignito del titolo di Professore Onorario dal Rettore dell'Università di Pechino – Dipartimento Tessile e Abbigliamento – e nelle Università Pechino, Xian e Shanghai il maestro ha tenuto diverse lezioni.

Nel 2010 un evento di portata mondiale, dopo sessanta anni di lavori di restauro, è stata la riapertura del Daming Palace di Xian, il famoso Palazzo Imperiale della dinastia Tang, risalente al periodo di massimo splendore della Cina, che favorì il fiorire di produzioni artistiche. Gli imperatori della dinastia Tang (618-907), seguiti alla



Nüwa e Fuxi. Dipinto su seta,
Dinastia Tang (651-676).
Xinjiang, museo della regione
autonoma Uigura.

dinastia Sui che aveva riportato l'unità politica in Cina, attuarono una serie di interventi di politica matrimoniale, militare e di protettorati che videro riunite la casa imperiale del Tibet a quella della Cina, la conquista della Corea e la nascita di relazioni con il Giappone.

Nuovamente in Cina, selezionato dopo un'attenta valutazione del comitato costituito per l'occasione, che ha coinvolto i più importanti nomi della moda mondiale, battendo un'impegnativa concorrenza internazionale e i principali *fashion designers* cinesi di nuova generazione, il maestro celebra l'evento di rilievo mondiale con una sfilata di dieci creazioni, ispirate al sontuoso costume della tradizione cinese, ma collegate anche all'evoluzione culturale della Cina contemporanea, espressa magistralmente dalla valenza fortemente emblematica del Daming Palace di Xian.

La stupefacente sfilata di abiti di raso, organza e taffetà, realizzati con le preziose sete mikado, tessuti pregiati rivestiti di elaborati ricami con elementi floreali, cristalli e pietre.⁶⁷ La *palette* di colori, anch'essa ispirata al costume della tradizione Tang, accostava toni di giallo e di verde, azzurro e blu, gradazioni di rosa e di viola. Abiti superlativi e astranti che celebravano le linee architettoniche della Cina antica, rievocando forme come la *pagoda* e il *dougong*; persino i fantastici copricapo riproducevano superfici e figure influenzate dalle costruzioni orientali, con rimandi a strutture simboliche stilizzate di valore benaugurale.⁶⁸ Le decorazioni si armonizzavano perfettamente con le calzature, capolavori di estro e di artigianalità, ove i preziosi pellami richiamavano l'universo cromatico delle stoffe:⁶⁹ "Pensare alla Cina per me non è difficile: è stato spesso in occasione di viaggi con cari amici,

in itinerari sempre nuovi e di scoperta. Era difficile fermare le idee concentrandomi solo su alcune, erano troppe le immagini evocate dalla mia mente ricordando gli spazi bellissimi e aperti, immensi, quasi infiniti. Ma proprio pensando agli spazi, ai fiumi e alle montagne, alle estese regioni e provincie, ho potuto trovare il filone che mi ha permesso di creare i dieci abiti presentati in occasione dell'inaugurazione del Daming Palace di Xian. Ho fatto tanti disegni, li ho colorati e rifiniti come illustrazioni, e da questa raccolta è emerso il concetto chiave del percorso creativo: dalla tradizione e dal costume della dinastia Tang sono sorti gli spunti chiari e più forti che mi hanno condotto alla selezione finale", ha dichiarato Roberto Capucci.⁷⁰

Ogni abito ideato dal suo genio creativo è ispirato non solo dai palazzi e dalle costruzioni, ma anche dai paesaggi. Egli trae spunto ereditandone il nome anche dalle meravigliose 'architetture naturali' della Repubblica Popolare Cinese. L'abito *Khingan*, ad esempio, ricorda le pianure ondulate, divise da aridi piani rocciosi con elementi in mikado frammentato a spicchi, nei toni del verde, del blu, del turchese e del grigio; *Zungaria* evoca le zone rocciose e sabbiose, costruendo una suggestione in mikado giallo oro, verde e rosa fucsia, con ricami in rilievo; mentre *Quilian Sham* è la sorgente del Gange tra le nevi del Tibet, reinterpretata dal maestro attraverso l'utilizzo di sete mikado, raso bianco e crema, con inserti verdi e cordoni dorati. *Sishuan* è invece il fertile terreno collinare che diviene un abito di organza color acqua e mikado oro, ricoperto di ricami di fiori e di pietre; *Kunlun* rimanda poi ai rilievi e alle basse montagne cinesi, resi con una profusione di mikado fucsia, arancio e giallo, mo-



Roberto Capucci, abito *Sishuan*, 2010.

dellati nello stile della famosa *Linea a Scatola*.

La meraviglia di queste creazioni non risiede soltanto nella fascinazione estetica, ma anche nelle ispirazioni e suggestioni provenienti dal mondo della natura di quel grande paese, come l'abito *Shandong* di mikado viola, rosso, verde e giallo, con forti elementi geometrici in contrasto, ad esempio è ispirato al bassopiano cinese. Il deserto più arido dell'Asia Taklamakan diviene una superba creazione di seta mikado viola, con un elemento avvolgente in fucsia e in rosso, ricoperto di cristalli; Chang Jiang è il fiume del Sud, che ha ispirato la realizzazione dell'abito di mikado bianco e azzurro con onde e coppe; mentre *Loes* richiama l'altopiano con vallate e gole a terrazze, realizzato nella creazione di mikado verde acqua, con boa di fiori su organza. L'abito *Xian* in particolare, è stato ideato come omaggio al Daming Palace, costruito con sovrapposizioni di canne di mikado rosso e arancio. Proprio a Xian è stato infatti rinvenuto il noto *Esercito dei guerrieri di terracotta*, considerato l'ottava meraviglia del mondo,⁷¹ e il Daming Palace, patrimonio dell'Unesco, è l'ennesimo capolavoro restituito a uno splendore nuovo e antico. Tutte queste creazioni, pur nella loro astratta modernità, sono in armonia con una tradizione molto antica che trova singolari punti di contatto con l'architettura cinese. Questi abiti scultura evocano i principi strutturali, sostanzialmente invariati, delle costruzioni cinesi. In particolare proprio la dinastia Tang è stata determinante su diverse architetture asiatiche, giapponese, coreana, vietnamita, e ha dunque una forte impronta strutturale.

L'architettura orizzontale di molte fabbriche cinesi pone l'accento sull'impatto visivo dato dalla larghezza degli edifici. I padiglioni e palazzi nella

Città Proibita hanno, ad esempio, coperture piuttosto basse, specie se confrontate con edifici con funzioni equivalenti in Occidente. Ma le loro apparenze esterne suggeriscono la natura onnicomprensiva della Cina imperiale. Le costruzioni cinesi tradizionali, sviluppatasi verso l'alto, trovano spazio nelle note pagode, specie di torri costruite principalmente con scopi religiosi e naturale sviluppo degli antichi *stupa* indiani, dedicati alla conservazione di reliquie. Nel VII secolo con la dinastia Tang si diffusero le pagode a pianta quadrata, ancor più alte, come la Pagoda della Grande Oca Selvatica di Xian, alta sessanta metri. Un'altra caratteristica importante dell'architettura cinese tradizionale è poi l'enfasi posta sull'articolazione simmetrica degli edifici che indica equilibrio spirituale. La simmetria bilaterale si trova ovunque nell'architettura cinese, dai palazzi articolati alle più umili fattorie.

Esistono alcuni elementi architettonici che sono stati riservati esclusivamente agli edifici costruiti per l'imperatore della Cina; un esempio sono le tegole di colore giallo, poiché il giallo per tradizione è il colore imperiale. E le tegole gialle adornano ancora oggi la maggior parte degli edifici all'interno della Città Proibita. Il Tempio del Cielo tuttavia utilizza tegole blu, a simboleggiare, appunto, il cielo. L'uso di alcuni colori, numeri e direzioni cardinali riflette la credenza cinese in una sorta d'immanenza nella quale la natura di una cosa può essere interamente contenuta nella sua forma. Il drago cinese, emblema riservato all'imperatore, era molto utilizzato nell'architettura regale, ad esempio su tetti, travi e pilastri, e sulle porte; le antiche forme dell'epoca Tang tornavano a vivere attraverso figurazioni astraenti e solenni pari dall'autonomia

assoluta dell'opera d'arte come Capucci.

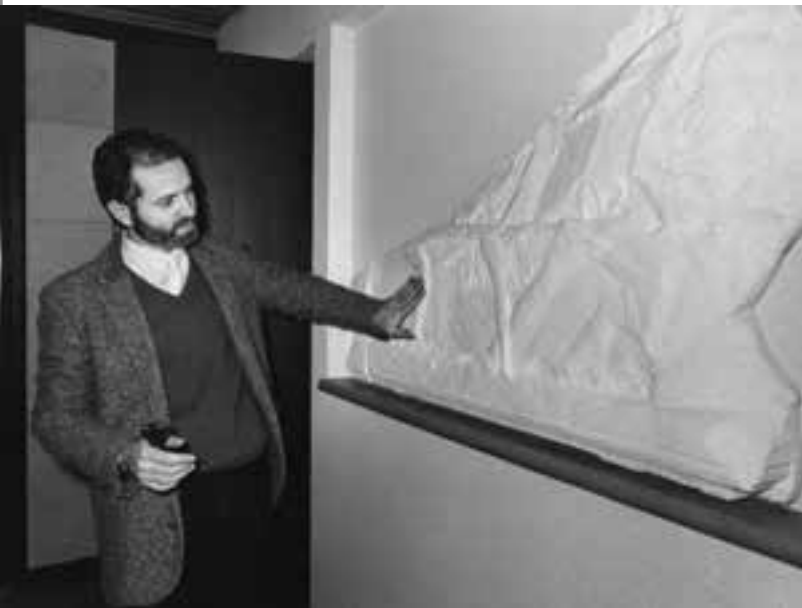
La recente mostra fiorentina *Tra arte e moda*, organizzata al Museo Ferragamo, ha posto in evidenza con fermezza come ormai, nell'industria culturale contemporanea, nel mondo dell'arte e in quello della moda, nel fluido gioco dei ruoli queste non siano più entità distinte. Se gli artisti sono stati affascinati dall'abbigliamento, come strumento essenziale della figurazione, i sarti/artigiani hanno a loro volta tratto le loro ispirazioni dal mondo dell'arte, equiparandosi agli artisti stessi. Gli artisti del resto hanno preso parte attiva alle vicende della moda e del lusso, producendo disegni per tessuti, merletti, ricami e persino costumi per feste di corte.

Nel corso dell'Ottocento la moda subisce una spinta propulsiva con il contributo dell'industria tessile e di nuove forme di distribuzione commerciale. Si determina, quindi, una metamorfosi radicale che dà inizio alla creazione di forme originali di 'dialogo' fra arte e moda, un 'dialogo' che si svolge ormai da più di un secolo. Cominciato con i Preraffaelliti inglesi, attraverso la Secessione viennese di Gustav Klimt e la Wiener Werkstätte fino a Mariano Fortuny, senza tralasciare le sperimentazioni futuriste. Dagli artisti che hanno fatto moda, come Sonia Delaunay, alle collaborazioni dirette da creatori di moda e artisti come Thayaht con Vionnet, oppure Dalí e Cocteau con Schiaparelli, da Dior a Yves Saint Laurent, ai creatori d'arte come Capucci, fino alle cooperazioni più recenti, in una suggestione continua di rimandi e slanci creativi assolutamente originali, il passato vive e continua rinnovandosi costantemente nel presente, attraverso quella che a pieno titolo è una nuova e complessa forma d'arte.

Gianni Versace: una moda anticonvenzionale e teatrale

In anni più recenti appare la figura di un altro geniale stilista: Gianni Versace scomparso tragicamente nel luglio del 1997. Molto della sua originale e sorprendente inventiva artistica si ritrova ancora oggi nelle creazioni della maison della Medusa, gestita dalla sorella Donatella, e nelle collezioni di Fausto Puglisi, Riccardo Tisci e Olivier Rosteing. Versace ha creato abiti da sogno poi penetrati nell'immaginario collettivo, dal neopunk indossato da Liz Hurley nel 1994, o nei 'primari' del famoso quintetto di top model: Cindy Crawford, Carla Bruni, Claudia Schiffer, Naomi Campbell, Helena Christensen degli anni '90, a cui fecero seguito Nadja Auermann, Tatjana Patiz, Stephanie Seymour, Marpessa e, poi, nel 1994 Kate Moss, consacrando il mito della top model.

40



Gianni Versace negli anni '80.

Nel 1991 lo stilista dedica a Andy Warhol, grande maestro del Pop, una Marilyn stampata *all over*. Nel 1980 aveva creato le camicie di seta con le stampe barocche, *trade mark* di Casa Versace e nel 1985 gli abiti sexy di fluida maglia di metallo. Versace amava l'arte e la moda con dedizione totale, disegnando costumi per i balletti di Bejart e Wilson. Affidò l'immagine della maison, entrata nella storia, a fotografi del calibro di Richard Avedon e Bruce Weber. La sua totale libertà mentale, formulò per la prima volta il mito della famiglia allargata e i suoi amici erano Elton John, Prince, Sting, Madonna e Lady Diana.

Moderno e anticonvenzionale, Versace ha coniugato la tradizione barocca con l'innovazione pop, il punk con il sacro, l'arte con la moda, in un'attrazione irresistibile consacrata anche dall'audace testa di Medusa come emblema della sua maison, tratta da modelli antichi, ma ispirata anche a opere moderne da artisti da lui frequentati come Mimmo Rotella. Il grande stilista collezionava, infatti, tra oggetti, sculture, vasi antichi e dipinti, opere dell'antichità greco-romana, della Pop art, Picasso, Lichtenstein, Degas e de Chirico.⁷² Versace inoltre collaborava non episodicamente con diversi artisti contemporanei come Pomodoro, Veronesi, il citato Rotella, in una frequentazione che sarebbe durata nel tempo in un'autentica intesa creativa, egli era orgoglioso degli esiti della collaborazione con Veronesi nell'allestimento della *Josephlegende* di Richard Strauss alla Scala, allestimento per cui avevano realizzato scene e costumi. Altre collaborazioni artistiche sono state quelle con il teatro: restano disegni di costumi per coreografi e registi come Maurice Béjart, William Forsythe, Bob Wilson e Joseph Russillo. Il teatro,



Piatto della collezione *Medusa red*, Versace Home.



Versace, costume da donna disegnato per l'opera teatrale *Capriccio* di Strauss in scena a San Francisco all'Opera House, 1990.

infatti, appassionava Versace perché l'ambito teatrale offriva la possibilità di esprimere e rinnovare liberamente la sua creatività.

L'ampia cultura artistica permise a Versace di superare l'aspetto della riproducibilità, in dire-

zione di una reinterpretazione: "Mi sembra stupido prendere un quadro di Picasso, scopiazzarlo e metterlo su un vestito", dichiarò in un'occasione.⁷³ Concetto espresso nitidamente in una mostra milanese dove venne presentato un astrattismo tutto nero come rivisitazione basata su tagli e forme di Picasso. Il confronto con l'arte di Kandinsky fu affrontato attraverso una rielaborazione di forme e colori aperta a nuove concezioni realizzate con l'ausilio del computer. "A volte", confessava Versace, "mentre lavoravo partendo da un'opera d'arte, l'opera stessa era talmente dentro di me che le idee si creavano spontaneamente, in pratica senza che io ci pensassi".⁷⁴ L'ossequio alla storia dell'arte indirizzava lo stilista verso la tradizione figurativa del '900, da Klimt, Delaunay, Calder, al Cubismo, all'Art déco, fino ai tempi più recenti di Andy Warhol, Jim Dine, Julian Schnabel, dell'Op art, di Frank Moore, Rotella, Schifano. Nel pensiero di Versace, talvolta difficilmente accettabile in riferimento ai suoi prestiti artistici, l'arte è patrimonio universale, esiste per essere condivisa e per gustare la gioia di vivere.

Negli ultimi anni lo stilista visitava spesso il Metropolitan Museum, maturando riflessioni su tutte le forme d'arte e difatti in ognuna delle sue creazioni ispirate all'arte si legge il paradigma originale, ma anche lo slancio e l'impegno vitale proteso verso una forma diversa, rimodellata. Versace non copiava ma intendeva e rigenerava ogni cosa per proiettarsi nel futuro e soleva infatti dire: "Nel passato le persone nascevano nobili. Oggi giorno la nobiltà deriva dalle proprie azioni".

Nella mostra *Il genio della moda e l'arte* tenutasi nel 2006 a Ciliverghe di Mazzano, vicino Brescia,⁷⁵ furono presentati al pubblico abiti, accessori,



Versace, bozzetti di costumi da uomo disegnati per il balletto di Maurice Béjart, *Pyramid – El Nour*, Cairo, Cairo Opera House, 1990.

bozzetti, dipinti e sculture con l'intento di mettere in evidenza lo stretto legame tra Gianni Versace, definito uno dei massimi creatori del Novecento, e l'arte, dalla statuaria antica alle tendenze contemporanee, con una speciale predilezione per il mondo antico greco-romano e il mondo contemporaneo.⁷⁶ Il suo interesse per la statuaria ellenistica e per l'iconografia antica, è ben espresso dall'*Abito Rosa* del 1997 con l'insolita asimmetria della scollatura che accarezza il collo e, al tempo

stesso, enfatizza morbidamente il busto. È un motivo che reinterpreta, variandole, le linee fluide e avvolgenti dei panneggi classici come quelli dell'*Artemide di Gabi*.⁷⁷

Ma la vera grande passione di Versace era il teatro. Egli soleva infatti affermare: "Il teatro è il mio vero amore" e lo reinterpreta in modo istrionico e sofisticato creando nelle sue numerose collaborazioni pantaloni a palloncino ricamati con motivi futuristi, andati in scena a Parigi. Oppure

vistosissime gonne gonfie dai colori shock esibite sui palchi di Londra o San Francisco, tutù infuocati di un rosso abbagliante, bordati di piume d'airone e calza a maglia dipinta a mano per *L'Uccello di fuoco* di Stravinsky, cui si possono aggiungere, ad



Versace, disegno di costume maschile per il balletto di Maurice Béjart, *Dionysos*, Milano, Palazzo dello Sport di Milano. Produzione del Teatro alla Scala, 1984.

esempio, la creazione in taffetà per l'opera *Malraux ou la metamorphose des dieux* di Bejart, nel 1986 a Bruxelles. Un continuo sguardo al passato volto al futuro, un pensiero concentrato in una frase: "Voglio essere uno stilista del mio tempo".⁷⁸



Versace, disegno per il personaggio di Zobeide, dall'opera di Richard Strauss *Josephslegende*, Milano, Teatro alla Scala, 1982

- ¹ S. GUNDLE, *Glamour: A History*, Oxford, Oxford University Press, 2008.
- ² P. CHURCH GIBSON, *Nuove alleanze: mondo dell'arte, case di moda e celebrità*, in M. PEDRONI, P. VOLONTÉ, *Moda e Arte*, Milano, Franco Angeli, "Produrre cultura creare comunicazione del Centro per lo studio della moda e della produzione culturale", 2012, pp. 203-216.
- ³ S. GUNDLE, 2008, p. 22.
- ⁴ E. CURRID, *The Warhol Economy: How Fashion, Art and Music Drive New York City*, Princeton (NJ), Princeton University Press, 2007, p. 15.
- ⁵ S. THORNTON, *Il giro del mondo dell'arte in sette giorni*, (ed. or. 2008), Milano, Feltrinelli, 2009, p. 7.
- ⁶ F. DI MAIO, *Moda e arte, a braccetto ma non troppo*, (6 giugno 2008), Convegno Internazionale Modacult IULM Milano, presso Università Cattolica del Sacro Cuore (maggio 2008), <http://www.imore.it/rivista/moda-e-arte-a-braccetto-ma-non-troppo/>; Id. *Arte e moda in mostra New York*, (28 aprile 2013), <http://www.imore.it/rivista/author/frdimaio/>
- ⁷ M. PERNIOLA, *L'arte espansa*, Torino, Einaudi, 2015, pp. 33-49.
- ⁸ I. KANT, *Kritik der Urteilskraft*, 1790 – ovvero Critica della facoltà di giudizio – dove il filosofo conduce una un'analisi critica del giudizio di tipo estetico; trad. it. di Alfredo Gargiulo, 1907, rivista da Valerio Verra, 1960, *Critica del giudizio* (introduzione di Paolo D'Angelo), Bari, Laterza, 1997; si veda sinteticamente: I. KANT, *La critica del giudizio estetico*, a cura di Claudia Bianco, <http://www.filosofico.net/esteticakant.htm>
- ⁹ A. BRETON, P. ÉLUARD, *Dictionnaire abrégé du Surréalisme* (ed. or. 1938), Paris, José Corti, 2005.
- ¹⁰ Questa operazione sposa la tesi della morte dell'arte: "Il mondo è pieno da soffocare. L'uomo ha posto il suo marchio su ogni pietra. Ogni immagine è affittata o ipotecata [...] Possiamo soltanto imitare un gesto che è sempre anteriore mai originale" si veda S. LEVINE, in C. HARRISON e P. WOOD (a cura di), *Art in Theory 1900-1990*, Oxford, Blackwell, 1992, p. 1067.
- ¹¹ Si inseriscono in questo orientamento gli Anacronisti, sostenuti negli anni '80 da Maurizio Calvesi. Alcuni autori si appropriano anche di opere altrui, problematizzando il rapporto tra copia e originale, come la statunitense Sherrie Levine, una delle più radicali interpreti di questa tendenza, che fotografa di nuovo celebri foto firmandole con il proprio nome oppure il caso di Mike Bidlo che rifà fedelmente capolavori del XX secolo da Picasso a Duchamp.
- ¹² M. PERNIOLA, *L'arte espansa*, Torino, Einaudi, 2015, pp. 12-32.
- ¹³ M. PERNIOLA, *La società dei simulacri*, in "Ágalma" vol. 20-21, Milano, Mimesis, 2011; il tema, affrontato da Perniola già negli anni '80, intende il simulacro come ciò che va al di là del vero e del falso, e perciò è più prossimo al gioco, all'arte e alla cultura, che alla metafisica, all'etica e alle ideologie politiche: esso comporta un mimetismo che implica la scoperta della precarietà dell'esistenza e la sospensione della soggettività individuale. Egli è perciò estraneo e addirittura polemico nei confronti del postmodernismo specie nell'uso che la parola assume in Italia, come sinonimo di falsità e inganno. Si veda la polemica che lo oppone a Gianni Vattimo e alla sua teoria nichilistica del 'pensiero debole'.
- ¹⁴ M. PERNIOLA, op. cit., p. 36.
- ¹⁵ N. HEINICH, R. SHAPIRO (a cura di), *De l'artification. Enquêtes sur le passage à l'art*, Paris, Editions Eehes, 2012.
- ¹⁶ G. CREUZ, recensione al libro di N. HEINICH e R. SHAPIRO, <https://lectures.revues.org/8155> (consultato il 31 maggio 2017).
- ¹⁷ N. HEINICH, R. SHAPIRO, *De l'artification: une réponse à Gérard Creux*, <http://lectures.revues.org/8395> (consultato il 31 maggio 2017).
- ¹⁸ Ibidem.
- ¹⁹ M. PERNIOLA, 2015.
- ²⁰ Ibidem.
- ²¹ B. GRACIÀN, *Agudeza y arte de ingenio*, (ed. or. 1648) reperibile in Id. *Obras completas*, Madrid, Aguilar, 1960. *L'acutezza e l'arte dell'ingegno*, Palermo, Aesthetica, 1986.
- ²² M. PERNIOLA, *Transiti. Filosofia e perversione*, Roma, Castelvecchi, 1998, p. 46.
- ²³ Si veda il concetto di 'Ostranenie' in V. ŠKLOVSKIJ, *Teoria della prosa* (ed or. O *teorii prozy*, 1925), Torino, Einaudi, 1976.
- ²⁴ PERNIOLA, 2015, pp. 46-47.
- ²⁵ M. PEDRONI, P. VOLONTÉ, *Moda e Arte*, Milano, Franco Angeli, 2012, p. 13.
- ²⁶ H.S. BECKER, *I mondi dell'arte*, (ed or. 1982) Bologna, Il Mulino, 2004.

- ²⁷ D. CRANE, *L'artificazione parziale dei mondi della moda*, in M. PEDRONI, P. VOLONTÉ, 2012, pp. 105-118; D. CRANE, *Questioni di Moda*, Milano, Franco Angeli, 2004.
- ²⁸ Y. KAWAMURA, *The Japanese revolution in Paris Fashion*, (ed. or. 2004), Oxford, Berg, 2006, p. 74, Id. *La moda*, (ed. or. 2005), Bologna, Il Mulino, 2006; E. MORA, *Fare moda: esperienze di produzione e consumo*, Milano, Bruno Mondadori, 2009.
- ²⁹ J. ENTWISTLE, *The Aesthetic Economy: The Production of Value in the Field of Fashion Modelling*, in "Journal of Consumer Culture" 2002, vol. 2, n. 3, pp. 317-339.
- ³⁰ D. SUDJIC, *Rei Kawakubo and Comme des Garçons*, Milano, Rizzoli International, 1990.
- ³¹ D. CRANE, 2012, p. 108.
- ³² Ibidem.
- ³³ T. HOROWITZ, *The man in the Middle: The Study of the Role of the Fashion Designer in the Process of Formation and Diffusion of Fashion in Great Britain*, in "Journal of the Market Research Society", 1975, vol. 17, n. 1, pp. 26-40.
- ³⁴ Il movimento Arts and Crafts (arti e mestieri) per la riforma delle arti applicate fu una sorta di reazione colta di artisti e intellettuali all'industrializzazione del tardo Ottocento. Tale reazione considera l'artigianato come espressione del lavoro dell'uomo e dei suoi bisogni, ma soprattutto come valore durevole nel tempo e tende a disprezzare i prodotti scadenti, la bassa qualità dei materiali e il miscuglio confuso di stili distribuiti dalla produzione industriale. Le radici di pensiero di questo movimento si sviluppano dalle considerazioni di Augustus Pugin sull'enfatizzazione dello stile gotico: il suo pensiero fu in parte raccolto da John Ruskin il quale affermò che il nuovo stile doveva nascere sulle orme del lavoro medievale, caratterizzato dalla semplicità del lavoro dell'uomo e pertanto concettualmente in contrapposizione alla freddezza dell'industria. Fu proprio Ruskin a influenzare William Morris che seguiva le sue lezioni a Oxford nel 1851; entrato poi in contatto con John Bourne, questi gli presenterà Dante Gabriele Rossetti. Il lavoro che Morris propone si basa sulle orme delle antiche corporazioni medievali espressione positiva di una società più coesa e quindi valido modello anti-industriale.
- ³⁵ P. VOLONTÉ, *Il modello dell'artista*, in M. PEDRONI, P. VOLONTÉ, 2012, pp. 119-135.
- ³⁶ D. CRANE, 2004, pp. 131-33.
- ³⁷ Ibidem.
- ³⁸ D. CRANE, *L'abito fa la donna. Stiliste, stilisti e cambiamenti sociali*, in M. TRASFORINI, (a cura di) *Arte a parte. Donne artiste tra margini e centro*, Milano, Franco Angeli 2000, pp.101-115.
- ³⁹ A. MC ROBBIE, *British fashion design. Rag Trade, or Imagery Industry*, London/New York, Routledge, 1998, p. 104.
- ⁴⁰ *King of Fashion: The Autobiography of Paul Poiret*, traduzione di Stephen Haden Guest, 27 gennaio 2009; Hamish Bowles, *Fashioning the Century*, in "Vogue", maggio 2007, vol.197, n.5 pp. 236-50, <http://connection.ebscohost.com/c/articles/24870549/fashioning-century>
- ⁴¹ Rei Kawakubo, *Comme de Garçons, Art of the In-Between*, New York, The Metropolitan Museum, maggio-settembre 2017.
- ⁴² "Corriere della Sera" (17 luglio 1963).
- ⁴³ Ken Scott muore nel 1991, ma lo spirito e l'idea dei suoi stampati continua a vivere grazie alla Ken Scott Foundation, creata dallo stilista nel 1989, che custodisce e utilizza tutto il materiale dell'archivio storico. Lo Studio Ken Scott prosegue l'opera mantenendone lo stile.
- ⁴⁴ A. FIORENTINI, 'Ken Scott' in *Dizionario della moda*, G. VERGANI (a cura di), Milano, Baldini & Castoldi, 1999; *Il genio antipatico della moda*, Milano, Mondadori, 1984; A. MULASSANO, A. CASTALDI, *I Mass-Moda. Fatti e personaggi dell'Italian Look*, Firenze Spinelli, 1979; I. VERCELLONI, F. LUCCHINI, *Milano Fashion*, supplemento a "Vogue Italia" n. 282 del 1975, Edizioni Condé Nast.
- ⁴⁵ "Corriere della Sera" (17 luglio 1963).
- ⁴⁶ M. CAPELLA (a cura di), *Roberto Capucci, L'abito regale come forma d'arte*, in *Roberto Capucci. La ricerca della regalità* catalogo della mostra (sala delle Arti della reggia di Venaria 23 marzo-8 settembre 2013), Torino, Allemandi, 2013.
- ⁴⁷ Fondazione Roberto Capucci in Fashion & Beauty (2 giugno 2011), <http://www.fondazionerobertocapucci.com/> (consultato il 22 giugno 2017), <https://masterluxuryfashionmanagement.wordpress.com/tag/opere-darte/>
- ⁴⁸ G. SERAFINI (a cura di), *Mariani chez Capucci*, (Fondazione Pardi Monumentali Bardini e Peyron, Villa Bardini, Firenze 28 febbraio-1 maggio 2016).
- ⁴⁹ A. ZAMUNER, *Roberto Capucci: regalità nella nuova era delle regge*, 2014, www.lavenaria.it/web/it/bandi-e-gare/doc_download/7786-160413-xpose.pdf

⁵⁰ Capucci si rivolge in un primo momento ai fornitori vaticani per eccellenza, i Gammarelli, da cui sceglie sete nelle tonalità opulente dei rossi, dei violetti e dei bruciati, e più recentemente al setificio Bianchi di Como da cui si rifornisce di tessuti tramati di metalli preziosi purissimi.

⁵¹ G. BAUZANO. *La metamorfosi della forma* in G. BAUZANO, F. SOZZANI (a cura di), *Roberto Capucci. Lo stupore della forma*, catalogo della mostra di Biumo, Milano, Skira, 2003, p. 22.

⁵² La sua stagione espositiva inizia nel 1990, a Firenze, con la mostra *Roberto Capucci. L'Arte nella Moda. Volume, Colore e Metodo* l'esposizione di Palazzo Strozzi: ottiene un successo senza precedenti e le sue opere vengono contese dai musei più importanti al mondo, tra cui il Kunsthistorisches Museum (Vienna), il Nordiska Museet (Stoccolma), il Museo Puškin delle Belle Arti (Mosca), il Philadelphia Museum of Art (Filadelfia), la Reggia di Venaria Reale (Torino). Nel 1995 le sue creazioni sono protagoniste della Biennale di Venezia, nell'edizione del centenario 1895-1995. Nel 2005 crea la Fondazione Roberto Capucci allo scopo di preservare il suo imponente archivio, che consta di 439 abiti storici, 500 illustrazioni firmate, 22.000 disegni originali, oltre che di una rassegna stampa completa e di una vasta fototeca e mediateca. Nel 2007 apre il Museo della Fondazione Roberto Capucci a Villa Bardini, a Firenze. Nell'aprile 2012 la creazione di un concorso, con lo scopo di promuovere i giovani talenti. Riservato, refrattario a ogni forma di pubblicità, archivio, Capucci incarna forse l'ultimo dei couturier, i sarti-architetti che, come Cristóbal Balenciaga, hanno elevato la moda a una tra le più potenti espressioni artistiche. Ribelle e anarchico, fedele ai valori estetici della vecchia scuola, per Capucci "la moda non esiste", è un'invenzione, al pari delle tendenze, ed "essere alla moda è già essere fuori moda".

⁵³ S. FERINO PAGDEN (a cura di), *Roberto Capucci. Roben wie Rüstungen: Mode in Stahl und Seide Einst und Heute*, catalogo della mostra (Neue Burg, Hofjagd-und Rustkammer, Kunsthistorische Museum Wien 5 dicembre 1990-2 aprile 1991), Wien, Eigenverlag, 1990; S. FERINO PAGDEN, R. SGUBIN, M. VALLORA, *Roberto Capucci. Arte e creatività oltre i confini della moda*, catalogo della mostra (Musei Provinciali di Gorizia 2 luglio-2 ottobre 2004), Gorizia, Musei Provinciali di Gorizia, 2004.

⁵⁴ M. CAPELLA (a cura di), *Roberto Capucci. La ricerca della regalità*, catalogo della mostra (Reggia di Venaria Reale, Torino, 23 marzo-2 febbraio 2014).

⁵⁵ *Cucinelli e la regola della pesca. Le dive di Capucci*, "Corriere della Sera" (7 marzo 2015),

www.Corriere.it/moda in <http://www.pressreader.com/italy/corriere-della-sera/20150307/282149289779261> (consultato il 22 giugno 2017).

⁵⁶ G. BENATI, *Roberto Capucci: il Sarto-Stilista che non ha mai Fatto Moda*, in "Emme Magazine" (7 marzo 2016), <http://www.emmemagazine.it/2016/03/07/roberto-capucci-il-sarto-stilista-che-non-ha-mai-fatto-moda/> (consultato il 22 giugno 2017).

⁵⁷ Musei di Firenze, <http://www.tuscany.travel/it/artestoria-cultura/musei-a-firenze/>

⁵⁸ Sei abiti iconici di Roberto Capucci sono stati esposti al NSU Art Museum Fort Lauderdale nel giugno del 2016 nella mostra itinerante *Bellissima: Italy and High Fashion 1945-1968*, curata da Maria Luisa Frisa, Anna Mattiolo e Stefano Tonchi, proveniente dalla Villa Reale di Monza con il titolo *Bellissima. L'Italia dell'Alta Moda 1945-1968*.

⁵⁹ D. DAVANZO POLI, *Capucci e Fortuny*, in *Roberto Capucci a Palazzo Fortuny*, Milano, Skira, 2009, pp. 17-21.

⁶⁰ La tecnica utilizzata da Capucci è dunque volutamente tradizionale e ottenuta – ancora oggi, come racconta il suo storico plissettatore Marco Viviani – dapprima incidendo due cartoni identici con piccoli fori, come per 'disegnare' il motivo decorativo, e poi inserendovi il tessuto nel mezzo. Ripiegati con cura i cartoni, li si lega con corde e si procede alla cottura a vapore a una temperatura di circa 200° C, per realizzare così varie soluzioni formali, da quella semplice o a ventaglio fino a un numero variabile di forme a seconda del disegno inciso sul cartone. Presa piena padronanza della tecnica, la ricerca del maestro inizia così a incentrarsi sul tema delle sovrapposizioni di vari elementi: basti osservare l'abito *Nove gonne* del 1956 (anche detto *Dieci gonne*), un abito di taffetà di seta rossa circondato da nove gonne concentriche, chiamato poi nella collezione del 1959 *Sovrapposizioni*.

⁶¹ D. RIGHETTI, *Una dea fatta di seta, la donna di Capucci*, "Corriere della Sera" (8 febbraio 2001).

⁶² Il *plissé* di Miyake deriva da un procedimento esclusivo: il tessuto viene tagliato e cucito insieme, due volte e mezzo o tre più largo rispetto alla taglia finale. Passa poi, inserito tra due fogli di carta, sotto una pressa. Infine, dopo un passaggio 'a caldo', acquista le famose pieghe e le giuste proporzioni.

⁶³ S. LUCIBELLO, *Il plissé e la seta per Capucci*, pubblicato in "AIS/Design. Storia e Ricerche" n. 4, novembre 2014, <http://www.aisdesign.org/aisd/il-plisse-e-la-seta-per-capucci> (consultato il 23 giugno 2017).

- ⁶⁴ Roberto Capucci. *Il rapporto con il Barocco romano*, in *Arte e moda*, "Stilearte.it" (20 gennaio 2016), <https://www.stilearte.it/geometrie-dellanima/>
- ⁶⁵ Capucci, *re di un sogno*, in "Fashionable by Nunzy Conti" (28 novembre 2013), <https://fashionablenunzy.wordpress.com/>
- ⁶⁶ Fondazione Roberto Capucci, Archivi della moda del Novecento, <http://www.moda.san.beniculturali.it/wordpress/?partner=fondazione-roberto-capucci>
- ⁶⁷ Azienda comasca Platino S.r.l..
- ⁶⁸ Antica Manifattura Cappelli di Roma, su disegno del maestro.
- ⁶⁹ Calzaturificio Roberto Botticelli.
- ⁷⁰ M. BABUSCI, *Le creazioni di R. Capucci al Daming Palace di Xian*, in "IMORE" (8 ottobre 2010), <http://www.imore.it/rivista/le-creazioni-di-r-capucci-al-daming-palace-di-xian/>
- ⁷¹ Il Daming Palace National Heritage Park copriva un'area di 3,5 kmq, con 7 km di mura perimetrali e undici porte; i tre palazzi all'interno erano andati completamente distrutti, per questo i tempi di intervento sono stati così lunghi. Intento del Governatore di Xian, è la creazione di un'area più grande, di oltre 19 kmq, che includa ben sette palazzi – i tre principali centrali Hanyuan Palace, Zichen Palace, Xuanzheng Palace, e gli altri Qingsi Palace, Sanqing Palace, Dafu Palace, Yanying Palace – un bellissimo parco con giochi d'acqua, laghetti e statue, e la ricostruzione del giardino reale della Cina con peonie, crisantemi, rose, bambù, mandorli. Il progetto nel suo complesso è costato all'incirca dodici bilioni di yuan. Il Daming Palace diventerà un luogo ricreativo nella Provincia di Shaanxi e un Museo della storia della Dinastia Tang, che regnò sulla Cina per 289 anni. Il Daming Palace fu il centro della vita politica, economica e culturale durante questo periodo della storia cinese. Più di diciassette imperatori vissero nella maestosa costruzione, centro del governo del paese. Ora il Daming Palace National Heritage Park accoglie in modo permanente un'esposizione di oggetti di arte decorativa e un museo della calligrafia, riservando uno spazio stabile alle meravigliose opere di Roberto Capucci. Nei saloni oltre, alle mostre, verranno organizzati importanti eventi e iniziative culturali.
- ⁷² M. SORTINO, *Gianni Versace: tra arte, musica e moda*, in "Vogue" (15 luglio 2015), <http://www.vogue.it/sfilate/curiosita/2015/07/gianni-versace-tra-arte-musica-e-moda>
- ⁷³ E. GIUSTACCHINI, *Versace l'estro ri-creante. Il rapporto dello stilista Gianni Versace con l'arte*, in "Stile arte.it", ottobre 2015, <https://www.stilearte.it/lestro-ri-creante/>
- ⁷⁴ Ibidem.
- ⁷⁵ M. CAPPELLA, P. CUCCO (a cura di), *Versace. Il genio della moda e l'arte. Dalla scultura antica a Andy Warhol*, catalogo della mostra promossa dai Musei Mazzucchelli (Ciliverghe di Mazzano, BS) e dalla Versace S.p.A., realizzata con il contributo di Banca Aletti-Gruppo Banco Popolare di Verona e Novara e con i patrocini della Regione Lombardia-Culture, Identità e Autonomie, della Provincia di Brescia, del Comune di Mazzano e della Camera Nazionale della Moda Italiana, (Villa Mazzucchelli, Museo della Moda e del Costume 5 maggio-29 ottobre 2006), Milano, Mazzotta, 2006.
- ⁷⁶ Il percorso della mostra si articolava in sezioni: L'antico/La Forma, dedicata all'interpretazione che Gianni Versace ha dato del mondo antico, delle linee e dei miti, mediante l'esposizione di abiti con forme ispirate al drappeggio classico, alla clamide, alle scanalature della colonna dorica; l'Iconografia di Medusa, nella quale i curatori creano un ponte ideale tra l'iconografia classica di Medusa – diffusissima sia nel mondo antico che nell'arte moderna e contemporanea – e l'attualizzazione che ne ha fatto Gianni Versace scegliendola come immagine ufficiale della propria maison; l'Arte Moderna/Colore e Forma, nella quale si pone l'accento sui piccoli recuperi e dettagli che Gianni Versace ha 'prelevato' dall'arte moderna, e in particolare da quella cinquecentesca, inserendoli in contesti assolutamente innovativi, quasi sempre indipendenti dalle fonti di ispirazione; l'Arte contemporanea. Warhol, Delaunay, Dine e Calder. Questa sezione è un gioco di rimandi, di accostamenti tra abiti disegnati da Versace (ad esempio gli abiti *Marilyn* e *Liz* ispirati a Warhol) e opere di autori contemporanei, a dimostrazione di ciò che Gianni Versace ha sempre ribadito con il suo lavoro: "che la Moda è Arte e l'Arte collabora con la Moda".
- ⁷⁷ S. RODINÒ, *Moda e arte/Versace si mette in mostra fra sculture antiche e Andy Warhol*, (4 maggio 2006), http://www.affaritaliani.it/coffeebreak/versacearte-moda_pg_2.html
- ⁷⁸ A. DISPENZA, *Il Teatro alla Moda. Costume di scena. Grandi Stilisti a Milano* in "Mentelocale" (20 maggio 2011), <http://www.mentelocale.it/milano/articoli/31488-il-teatro-alla-moda-costume-di-scena-grandi-stilisti-a-milano.htm>



Roberto Capucci,
abito *Shandong*, 2010.

50



Roberto Capucci, abito *Quilliam Sham*, 2010.





Katsushika Hokusai, *La grande onda Kanagawa*, 1830-31 circa, xilografia in stile ukiyo-e, cm. 25,7 x 37,9, copia, Washington, DC, Biblioteca del congresso degli Stati Uniti d'America.



53

Roberto Capucci, abito "Oceano", 1998.

54



Roberto Capucci, abito *Damin Palace Xian*, 2010.

Hiroshige II, *Tempio di Asakusa*, metà sec. XIX, dalla serie delle piazze famose delle capitali d'Oriente.



Zhao Ji, Imperatore Huī Zōng della dinastia Song (960-1279),
Gru di Buon Auspicio, 1112, rotolo disteso, inchiostro e colore
su seta, Liaoning, Museo Provinciale.

Roberto Capucci, abito *Chang Jiang*, 2010.





Gian Domenico
Tiepolo, *La passeggiata
del Mandarino*, 1757,
affresco, Foresteria,
stanza cinese,
Villa Valmarana
'ai Nani', Vicenza.



Roberto Capucci, abito *Kunlun*, 2010.



Roberto Capucci, abito Zungaria, 2010.



Torre del Mercato, sec. XIV,
in stile Ming/Quin, Pingyao
nella regione di Shanxi.



Roberto Capucci, abito *Khingon*, 2010.

60



Roberto Capucci, abito *Loes*, 2010.



Porcellana cinese fine XVIII secolo.



61
Rei Kawakubo, dalla mostra
*Rei Kawakubo/Comme des
Garçons. Art of the In-Between*,
2017, New York, Metropolitan
Museum of Art.

Fernando Botero, *Il ratto
di Europa*, 2000, Medellin,
plaza Botero.



Abito Warhol della collezione Versace donna prêt-à-porter P/E 1991.

Andy Warhol, *Marilyn Monroe*, (Factory additions edition), The Great Graphic Boom Expo, Staatsgalerie, Stuttgart, Germany, luglio 2017.

Fortunato Depero, *Gilet futurista*,
collezione Renzo Arbore.

Fortunato Depero, *Grattacieli e tunnel*,
1930, tempera su carta 68x102 cm, MART,
Museo di arte moderna e contemporanea
di Trento e Rovereto, Fondo Depero.







Gustav Klimt,
Bauerngarten
(*Blumengarten*),
1907, particolare.

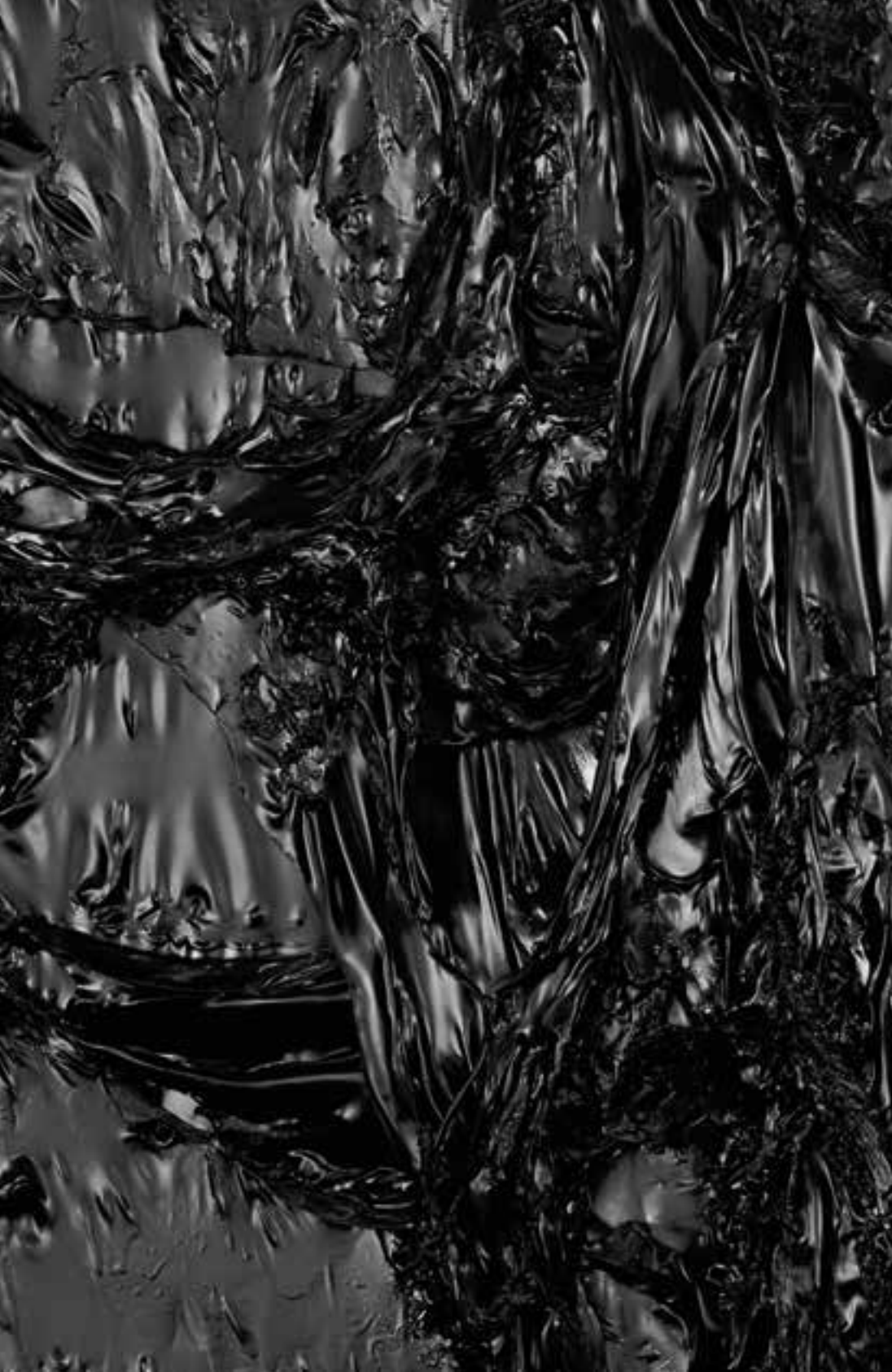
Ken Scott, abito lungo,
"Vogue Italia", 1967.

66



Armani, collezione ready-to-wear A/I 2006.

Arte Optical.



Catharina Kruysveldt-de Mare,
abito da cocktail in taffetà nero, 1951-52,
su disegno di Cristóbal Balenciaga,
Amsterdam, Rijksmuseum, 1951.

Alberto Burri, *Nero plastica*, dettaglio,
1964 circa, plastica e combustione su
tessuto nero, 120 x 18.2 cm, collezione
Premio Marzotto, Marzotto S.p.A.



John Galliano per Christian Dior, abiti esposti per la mostra Inspiration Dior, 2011, Mosca, Museo Puškin.

Giovanni Boldini, *Ritratto di Marthe Régnier*, 1905, olio su tela, collezione privata (particolare).





Francois Boucher, *Ritratto di Madame de Pompadour*,
1759, olio su tela cm. 91×68, Londra, The Wallace Collection.



John Galliano per Christian Dior, abiti esposti per la mostra
Inspiration Dior, 2011, Mosca, Museo Puškin.

Sonia
Delaunay,
*Electric
Prisms*,
olio su tela,
particolare,
Wellesley
Collection,
Davis
Museum,
1913.





Costume disegnato da Gianni Versace per l'opera teatrale *Capriccio* di Strauss in scena a San Francisco, all'Opera House, e a Londra, al Royal Opera House, nel 1990. L'abito è ispirato al progetto artistico di Sonia Delaunay.



SUGGERIMENTI DI STILE

creazioni a confronto

*La vera eleganza infrange i divieti,
anche quelli più sommi.*

Yukio Mishima



La prima tappa di questo itinerario per immagini indaga le influenze artistiche che hanno lasciato il segno nella storia della moda a partire dall'influenza della classicità. Una chiave di lettura dell'arte ellenica può essere rintracciata nell'impronta incisiva presente nelle creazioni di un grande nome della moda italiana: Roberto Capucci. Come già introdotto nel capitolo precedente, il maestro rappresenta l'esempio massimo di creatività sartoriale, poiché in lui si identificano sia lo stilista che l'artista. Egli non crea abiti, ma vere e proprie strutture autoportanti che, in questo caso, si ispirano agli ordini dell'architettura classica, come si evince dall'abito 'capitello dorico' del 1978 e dall'abito 'capitello corinzio' del 1989.

Il completamento dei tre ordini architettonici è firmato invece da Christian Dior. Nella collezione P/E 1992 sfila in passerella un abito dal nome *Palladio* che richiama una colonna dell'Eretteo. Nella struttura sono riconoscibili le tipiche volute del capitello ionico che si trasformano in sinuose spalline, e nel nastro che taglia l'abito sotto il seno sembra scorgersi il collarino. Anche Laura Biagiotti rende omaggio alla classicità nella collezione A/I 2015-16 in cui disegna, sui tessuti bianchi o neri degli abiti, i profili stilizzati di colonne e capitelli, ma la più grande interprete di questo 'classicismo' è stata certamente Madeleine Vionnet, considerata dai suoi contemporanei una scultrice di forme in movimento e impareggiabile maestra nell'uso del taglio sbieco, capace di instillare l'eleganza dell'arte classica in abiti dalle linee intramontabili.

Un ritorno al classicismo dei templi greci popola anche la sfilata P/E 2014 di Dolce & Gabbana, coppia di stilisti siciliani.

Dal loro comunicato stampa si legge chiaramente l'intento di far rivivere l'antico: "I templi e i teatri greci, simbolo della perfezione architettonica classica, sono reinterpretati come in un sogno. È come se un viaggiatore, dopo avere visitato alcuni dei meravigliosi paesaggi della Sicilia antica, volesse ripercorrere nella sua mente quegli scenari unici: quella bellezza, quella magia, quell'incanto potranno essere ritrovati solo in sogno. Come in *Satyricon* di Federico Fellini, i templi e i teatri antichi sono trasfigurati in visioni surreali, che continuano a nutrire e a far sognare gli occhi e l'anima del viaggiatore".

Un tripudio di colonne scanalate, rovine e capitelli su abiti che sembrano istantanee di una vacanza sull'isola. D&G debuttano nel 1985 e da subito si contraddistinguono per uno stile in continua evoluzione che ha spesso come fonte di ispirazione la cultura della loro terra natia. Tanto che la collezione donna A/I 2013-14, chiamata appunto 'mosaico sartoriale', è ispirata alla decorazione interna del Duomo di Monreale e della Cattedrale di Cefalù, e porta alla scoperta di una pagina di inarrivabile bellezza dell'arte siciliana, come sono i mosaici bizantini del XI-XII secolo. Da Monreale arriva, sulle passerelle di Milano, Guglielmo II che porge in dono alla Madonna la cattedrale della città, mentre da Cefalù è ripresa tutta la decorazione absidale. Le collezioni ispirate alla Sicilia lasciano tuttavia intravedere altri orizzonti figurativi. I mosaici e le rovine dei templi cedono il posto agli abiti dal gusto botticelliano dell'estate 2016, lunghi e fluidi, invasi da un tripudio di fiori e boccioli che trasformano le modelle da regine di Bisanzio a nobildonne rinascimentali. È immediato il rimando a Simo-



Laura Biagiotti, A/I 2015-2016.



Laura Biagiotti, A/I 2015-2016.

netta Vespucci ritratta nelle vesti di Flora nella *Primavera* degli Uffizi.

Da Firenze, cavalcando l'ispirazione, si giunge a Bologna sul dorso di un rinoceronte. L'animale, cui si ispira la maison Valentino, ricorda quello realizzato dal maestro dell'incisione Albrecht Dürer nel 1505, ma si tratta in realtà del soggetto di una tavola acquerellata che fa parte di uno dei diciotto volumi di tavole di piante, fiori, frutta e animali commissionate da Ulisse Aldrovandi a partire dalla seconda metà del sedicesimo secolo. Questa raccolta, conservata presso la biblioteca universitaria di Bologna, è composta da oltre 2900 dipinti e costituisce forse la più ricca pinacoteca tardo rinascimentale del mondo naturale mai realizzata. Il rinoceronte, che compare nella collezione di Alta Moda A/I 2013-2014 di Valentino, troneggia al centro del ricamo sulla parte superiore di un lungo abito: mai animale fu più elegantemente abbigliato!

Il Cinquecento è stato uno dei secoli più produttivi nella storia dell'arte italiana e, forse per questo, ha suscitato grande interesse da parte di molti stilisti. Valentino passa dal disegno di esotici quadrupedi alla più tradizionale ritrattistica di corte. Nella collezione Alta Moda A/I 2016-17 si può quasi riconoscere l'infanta Caterina Michela d'Asburgo ritratta nel dipinto di Alonso Sancez Coello nel 1584-85, oggi conservato al Prado: il collo alto dell'abito nero stretto sul busto, la gorgiera bianca che incornicia il viso, le passamanerie, i bottoni, le collane, tutto ricorda il quadro. Non manca neppure la regina Elisabetta I: nell'abito della collezione invernale del 2014 sembra quasi che la modella indossi la stessa gonna con cui fu ritratta la sovrana da Nicholas Hilliard nel



Valentino, Haute Couture, A/I 2013-2014.



Alfred Stieglitz, *Mrs. Selma Schubart*, indossa un abito Fortuny, 1907, New York, Metropolitan Museum of Art.

1599, popolata da pesci, crostacei, conchiglie e mirabilia marine di ogni genere. Il capo ripropone in pratica una *wunderkammer* prêt-à-porter.

Sempre Valentino offre una nuova testimonianza del Rinascimento d'oltralpe: compare su uno dei suoi abiti della collezione di Alta Moda P/E 2014, un dipinto del 1526 raffigurante Adamo ed Eva, opera di Lucas Cranach il Vecchio.

Lo stupore di fronte a queste immagini apre le

porte alla teatralità barocca e all'opulenza delle decorazioni in stucco. Ritroviamo il gusto, tutto secentesco per l'exasperazione, nelle collezioni di stilisti come Jean Paul Gaultier, Christian Lacroix e John Galliano. Le loro sfilate infatti sono vere e proprie parate in costume: non c'è spazio per la compostezza e la regola del Rinascimento, l'abito non si misura più sull'uomo e sulle sue necessità, ma veste il suo ego smisurato.

Eccellente interprete di vizi e debolezze dell'essere umano è il pittore Hieronymus Bosch, artista che ha ispirato in maniera trasversale sia i capolavori sartoriali dell'Alta Moda di Alexander McQueen, che l'industria tessile della grande distribuzione di Desigual. Il brand spagnolo sceglie di riprodurre su un capo della collezione A/I 2015-16 un dettaglio tratto dal trittico del *Giardino delle delizie*, mentre McQueen si ispira, oltre che ai quadri del pittore fiammingo, alla sua visione del mondo più oscura. Non sappiamo quale sia la visione religiosa di Bosch, ma di certo sappiamo che ha voluto rappresentare con la sua arte la debolezza del genere umano e che ha lasciato un'aura misteriosa di simbolismo all'interno dei suoi quadri, in cui ogni oggetto rappresenta altro da sé, perché nulla è come appare. McQueen, genio della moda contemporanea prematuramente scomparso, trasforma, attraverso i suoi abiti, le donne in esseri talvolta mostruosi, come le inquietanti e fantastiche creature che popolano i dipinti del maestro olandese. La sua particolarissima idea del bello, che ha anche dato il nome alla retrospettiva *Savage Beauty* dedicatagli dal MoMa di New York, è lontana dall'immaginario collettivo e tende a un'affascinante quanto spaventosa raffigurazione dell'essere umano, ed è in-

quitante come l'atmosfera che si respira all'interno dei quadri di Hieronymus Bosch.

Come il pittore ha immortalato l'immagine immorale dell'Olanda del XV secolo, così la designer olandese Iris Van Harpen si serve dell'abbigliamento per esprimere la sua interpretazione della condizione umana del terzo millennio. In un'intervista per il mensile "Elle" la stilista spiega che cosa rappresenti per lei la moda affermando: "in tutte le mie creazioni cerco di rendere esplicita l'idea che la moda è un'espressione artistica del proprio io [...] La mia vita quotidiana mi fa ragionare sulla storia, sul futuro, sull'umanità e sull'estetica. Traduco poi questi temi in una nuova collezione dove mi concentro sull'artigianalità e l'innovazione".¹

Così, come i protagonisti di un quadro di Bosch, i suoi abiti appaiono come fossili e scheletri, indossati da forme ibride a metà strada tra essere umano e animale.

La collezione *ready-to-wear* di Valentino dell'autunno 2013 è invece molto lontana da questa tetra visione del mondo, ma dialoga piuttosto con altri aspetti dell'arte olandese: l'intimità e il colore. Le sfumature tenui del bianco e del blu ricordano quelle delle tipiche ceramiche di Delft, che molto spesso adornano le antiche case olandesi e che ritroviamo minuziosamente dipinte in alcuni quadri di Vermeer. Anche Giambattista Valli nella collezione A/I 2012 si ispira a un pittore fiammingo. I suoi abiti sofisticati caratterizzati da importanti gorgiere, evocano il confronto con il meraviglioso ritratto di Brigida Spinola Doria, dipinto da Rubens nel 1606. Si può ravvisare una similitudine fra lo scatto del grande fotografo Kevin Tachman quando ritrae questi abiti e l'inarrivabile eleganza della tela; la maestosità delle *ruches* e i



Auriga di Delfi, 475 a.C., bronzo attruito a Sotade di Tespie, h. 180 cm, Delfi, Museo archeologico.

tessuti cangianti bucano l'obiettivo e dominano la scena come la gorgiera fa nel quadro. Valli riesce a trasmettere tutta la regalità e la bellezza dell'opera di Rubens.



I colletti inamidati del Seicento olandese lasciano finalmente il posto al più smaliziato 1700. È ancora viva la Commedia dell'Arte nata in Italia verso la metà del Cinquecento quando Brighella, Colombina e Pantalone calcano le scene della moderna rappresentazione teatrale, ma è sempre Arlecchino a fare da padrone, allora come oggi. Nella collezione Armani *privè* della P/E 2011 compaiono una serie di abiti realizzati con tante stoffe colorate tagliate a forma di triangolo, proprio come quelle del caratteristico costume di Arlecchino. Armani, ispiratosi alla vivace tavolozza di colori dell'*Arlecchino Gran Signore*, del 1750, di Domenico Ferretti, ci offre l'occasione di fare un convincente confronto con la storia dell'arte creando un abito composto ed elegantissimo.

Da tempi antichi, i vedutisti immergono il carnevale nelle misteriose atmosfere della laguna citando lo stretto legame fra Venezia e le maschere. Anche Stefano Dolce e Domenico Gabbana attingono a piene mani dalla pittura veneziana settecentesca, oltre che all'arte siciliana. Tutta la collezione Alta Moda A/I 2013 è vestita da dame che fanno sfoggio di strati di pannello estremamente preziosi e stoffe che diventano tele su cui sono riprodotti gli scorci del pennello più celebre della Serenissima: Canaletto. L'abito D&G indossato da Edie Campbell per il servizio fotografico *Cinderella Story* di "Vogue US", firmato dal fotografo David Sims, ritrae ad esempio un'istantanea di piazza San Marco vista dalla laguna, con gondole e gondolieri in primo piano e Palazzo Ducale e il Campa-

Lancetti, un viaggio lungo 50 anni di moda a cura di AltaRoma. Roma, Museo dei Fori Imperiali e Mercati di Traiano, 30 Gennaio 2012, Lancetti/Progetto 'Re-edition'.

nile sullo sfondo: una citazione letterale della *Veduta di Palazzo Ducale* di Canaletto, oggi conservata agli Uffizi di Firenze.

Tra Ottocento e stagione neoclassica viene a situarsi il punto esatto da cui ha inizio un consapevole interesse della moda nei confronti della storia dell'arte: da adesso in poi gli stilisti iniziano a cercare la loro ispirazione anche tra quadri e sculture. La fortuna dell'ondata di rivalutazione dell'antico è in gran parte determinata dal contributo dell'ar-

cheologia, attraverso le teorie di Johann Joachim Winkelmann e la diffusione della sua opera *Geschichte der Kunst des Altertums*, ovvero *Storia delle arti del disegno presso gli antichi*, pubblicata nel 1763: scritta in seguito alle scoperte archeologiche di Pompei ed Ercolano essa è all'origine di un interesse per l'arte classica romana diffusosi in tutta Europa. All'inizio del XIX secolo, si organizzano varie spedizioni archeologiche in Egitto, in Mesopotamia e in Grecia dove avviene la celeberrima



Jean Béraud, *A Windy Day on the Pont des Arts*, 1880-81 circa, olio su tela, 39.87 x 56.5 cm, New York, Metropolitan Museum of Art.

scoperta della città di Troia grazie alle ricerche dello storico dell'arte Heinrich Schliemann ed è in seguito a questi avvenimenti che l'Inghilterra invia sul luogo dei ritrovamenti lord Elgin, un ambasciatore con il compito di acquisire opere d'arte per il proprio governo. Nel 1804 partono alla volta dell'Inghilterra le prime casse spedite da lord Elgin:² esse contengono i marmi del più insigne tempio ateniese della seconda metà del V secolo a.C., ovvero il Partenone,³ e una cariatide trafugata dall'Eretteo. L'intera collezione, venduta nel 1816 da lord Thomas Bruce, settimo conte di Elgin, al British Museum per trentacinque mila sterline, viene esposta al grande pubblico. Questa riscoperta dell'antico influenza il mondo dell'arte dando vita alla corrente del Neoclassicismo, e giunge a modellare anche le forme della moda.⁴ Il primo artista-stilista fortemente influenzato da tale corrente, anche per merito di una sensibilità artistica acquisita all'interno del suo contesto familiare, è Mariano Fortuny.

Egli, intorno al 1907, dopo aver realizzato *Knossos*, una sciarpa ispirata ai motivi ornamentali dell'arte cretese-micenea, crea *Delphos*, un abito che è l'interpretazione del chitone, la tipica tunica greca. L'abito ricorda la statuaria classica, lo indossano le cariatidi dell'Eretteo dell'Acropoli di Atene e sembra essere proprio la trasposizione tessile della colonna scanalata di un tempio ellenico grazie all'illusorio effetto ottenuto con una nuova tecnica di plissettatura finissima, brevettata dallo stesso Fortuny nel 1909 a Parigi. Fra gli abiti che Fortuny denomina *Delphos* si inseriscono le tuniche, che rievocano la veste indossata dalla statua bronzea dell'*Auriga* di Delphi, e altri abiti di peculiare ispirazione greca.



Giambattista Valli, Haute Couture P/E 2013.



Sir Edward Coley Burne-Jones, *Sidonia von Bork* 1560, 1860, 333 x 171 mm, Londra, Tate Gallery.

L'amore per l'antico che ha contrassegnato la moda nella prima parte del secolo scorso, lascia spazio all'ispirazione Belle Epoque. Pittori come Vittorio Corcos e Giacomo Favretto, attraverso le loro opere, offrono un'istantanea dell'abbigliamento femminile costretto dai lacci di impietosi bustini, spesso causa di problemi di respirazione.⁵ A questa caratteristica linea a 'S' di gusto ottocentesco rimanda Lancetti che, nel gennaio del 2012, in occasione del Progetto *Re-edition* a cura di Alta Roma presso il Museo dei Fori Imperiali e Mercati di Traiano di Roma, allestisce una mostra d'abiti, tra questi uno in seta della collezione A/I 1994-95, che imita l'effetto dei sellini che le donne indossavano nel secolo precedente, per donare il massimo del volume alle stoffe sovrapposte. Qualcosa di simile si rintraccia nell'abito indossato dalle protagoniste del dipinto *Che freddo* che Giuseppe De Nittis ritrae nel 1870 o in quello della signora sul Pont des Arts di Parigi dipinta da Jean Béraud.

Solo fra la fine del secolo e l'inizio del Novecento alle donne è finalmente concesso di allentare il punto vita e alleggerire la sottogonna, come dimostra nel 1905 il quadro di Amedeo Bocchi, intitolato *Fior di Loto*, in cui la fanciulla in bianco sembra indossare lo stesso abito fresco e leggero della collezione P/E 2016 di Laura Biagiotti. La stilista, all'interno della stessa collezione, gioca inoltre con tessuti morbidi e tonalità chiare, utilizzando nastri più scuri per sottolineare le linee delle cuciture dell'abito: si tratta di una rivisitazione in chiave moderna del gusto ottocentesco ben espressa dal confronto con il capolavoro impressionista di Monet *Le déjeuner sur l'herbe*.

L'artefice del cambiamento rivoluzionario



John Singer Sargent, *Madame X (Madame Pierre Gautreau)*, 1883–84, olio su tela, 208.6 x 109.9 cm, New York, Metropolitan Museum of Art.

Armani Privé Haute Couture P/E 2015.



dell'abbigliamento femminile è però Paul Poiret, detto 'le magnifique'. È lui che sottrae la donna alla schiavitù del corsetto e alle stecche di balena restituendole libertà di movimento. I suoi abiti a kimono si ispirano a quella stessa corrente orientaleggiante che invade il mondo dell'arte attraverso la pittura degli impressionisti. L'esotismo di Poiret si colora delle esplosioni cromatiche dei Fauves che avevano esposto per la prima volta al Salon d'Automne di Parigi nel 1905 portando una ventata selvaggia di novità, non soltanto nella pittura, ma anche nelle stoffe fino a quel momento dominate dai toni pastello prediletti dal maestro di Poiret: Jacques Doucet.

Insieme a Poiret, Jean Patou continua a rinnovare le linee dell'abbigliamento nel nome della femminilità e della comodità, senza tuttavia discostarsi dall'ispirazione artistica: le linee scattanti dell'arte astratta, e la semplificazione geometrica dell'Art Decò o dello Stile 1925, traducono il gusto del nuovo secolo in una originale idea di eleganza sportiva.

L'Ottocento tuttavia si caratterizza anche per la nascita di un'altra corrente artistica, quella dei Preraffaelliti,⁶ che imprime un segno marcato nella moda. Inizialmente avversato, tale movimento comincia gradualmente a incontrare l'interesse del pubblico e successivamente degli stilisti. Nella collezione P/E 2013, Anna Molinari concretizza, per Blumarine, un abito dai colori pastello che rievoca in maniera sorprendente l'opera di John William Waterhouse *Wind Swept* del 1902. Il tenue color lilla della sottogonna, il contrasto tra il bianco e il gioco dei due nastri che si incrociano sul seno, sono citazioni inconfondibili dal quadro.

Anche il romano Giambattista Valli, noto stilista

contemporaneo, richiama la corrente dei preraffaelliti con la collezione Alta Moda P/E 2013, riproducendo il medesimo tessuto, magistralmente intrecciato, dell'abito di Sidonia Von Bork nel quadro dipinto da Edward Burne-Jones nel 1860. La *mise* di Giambattista Valli nondimeno si alleggerisce, l'orlo della gonna è accorciato e le maniche ridotte, ma i nodi del nastro nero che si rincorrono sono indiscutibilmente gli stessi.

Il secolo XIX, va ricordato, è anche il secolo in cui nasce la fotografia e la pittura si adegua alle nuove forme di ritrattistica, tentando di eguagliare il realismo dello scatto: ne sono esempi salienti il *Ritratto di donna* realizzato da Gustav Klimt nel 1894, oggi conservato al Belvedere di Vienna, e la magistrale *Madam X*, che Sergent dipinge nel 1884, un quadro che fece scalpore a causa della vertiginosa scollatura dell'abito indossato dalla bellissima Virginie Amélie Avegno Gautreau. Non è ancora chiaro se fece più scandalo la spallina dell'abito, inizialmente scesa sulla spalla e poi risolledata per restituire il pudore alla tela, o quella donna determinata e sicura di sé che fa sfoggio della propria femminilità in maniera quanto mai moderna. Una donna, quella del quadro, consapevole del proprio fascino, ma anche aristocraticamente distaccata, come quella di Armani nella collezione Alta Moda P/E 2015. Le spalline sottilissime, il contrasto tra la pelle diafana e il tessuto, uniti al vertiginoso taglio a 'V' catalizzano, come nel dipinto, lo sguardo dell'osservatore.

Anche Cavalli, ispirandosi al lontano Oriente, presenta un'immagine femminile avvolta da un affascinante mistero. Gli abiti sensuali evidenziano le forme delle modelle e rammentano prepotentemente le curve dei vasi cinesi della dinastia Qing



di fine XIX secolo, le finissime decorazioni, blu china su un prezioso tessuto chiaro, danno l'illusione di una porcellana dipinta.

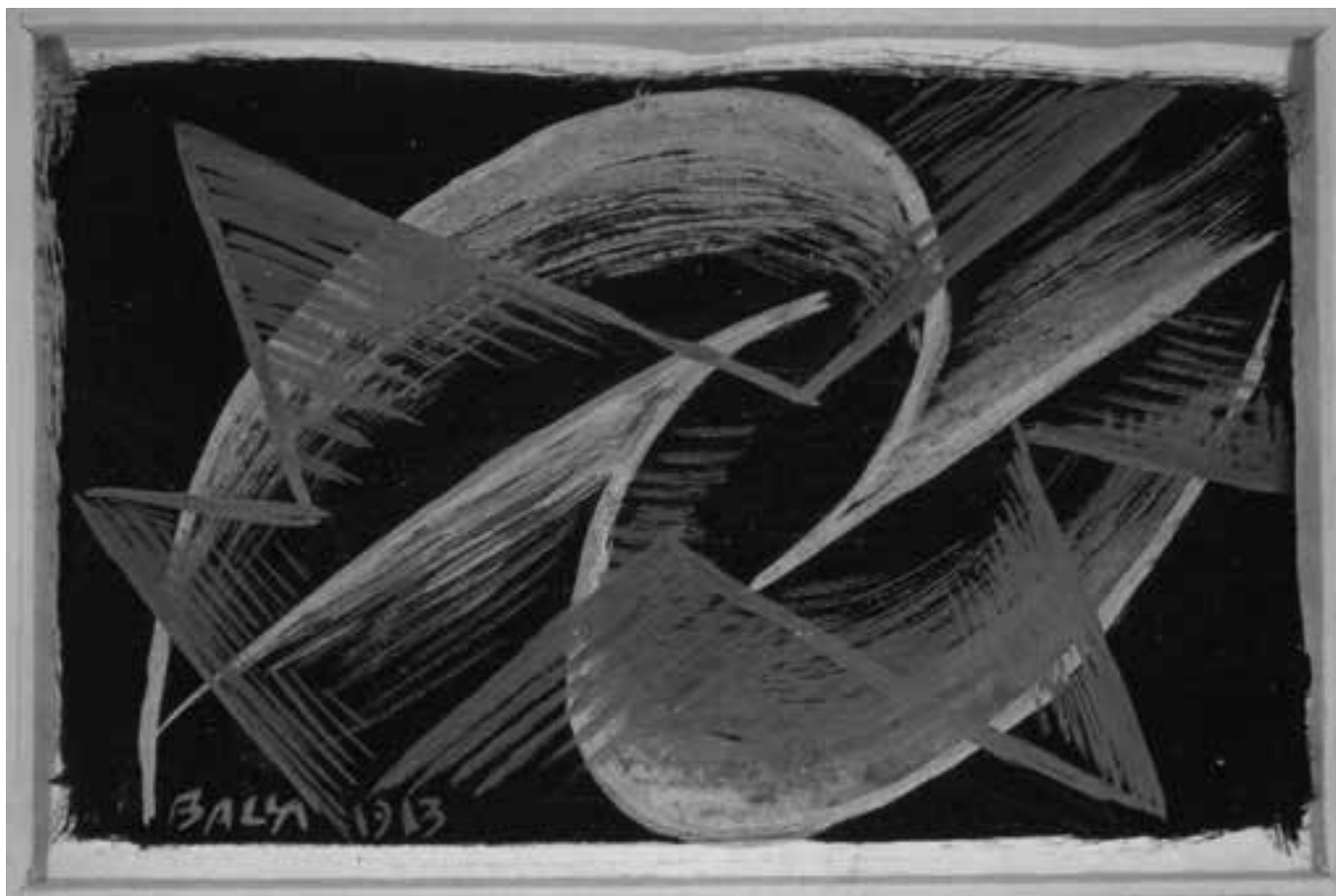
Il percorso sin qui condotto apre ora più dichiaratamente al XX secolo ove il gioco d'ispirazione tra arte e moda si fa tendenza a tal punto che, spesso, stilisti e artisti sembrano sovrapporsi.

Nel capitolo precedente si richiamava alla memoria la figura di Ken Scott, un creativo nato come pittore. Celebri sono i suoi dipinti con i rigatoni che poi daranno vita al *Food Look* in cui



abiti e completi sono 'conditi' da pasta di ogni tipo. Uno stile 'prandiale' rievocato da Dolce & Gabbana nella collezione P/E del 2012, dove la portata principale è la verdura e un assaggio di peperoni diventa una natura morta di Guttuso.

Ken Scott però non è stato l'unico artista del Novecento ad avvicinarsi alla moda. Anche i protagonisti del futurismo si cimentano nella creazione di abiti divenendo stilisti in maniera del tutto fluida e naturale, in un esclusivo slancio creativo. Le radici di questa tendenza a incar-



nare le vesti di artista/stilista possono essere rintracciate nel manifesto: *Le vêtements masculin futuriste* edito a Milano nel 1914, che Giacomo Balla ripubblica pochi mesi più tardi con il titolo: *Il vestito antineutrale*; esso grida la riscoperta dei colori e la necessità dell'asimmetria. Una testimonianza preziosa si rintraccia nei gilet futuristi di Depero come nei bozzetti di Balla. Sulla stessa scia, nel 1920, Volt lancerà il *Manifesto della moda femminile futurista*.

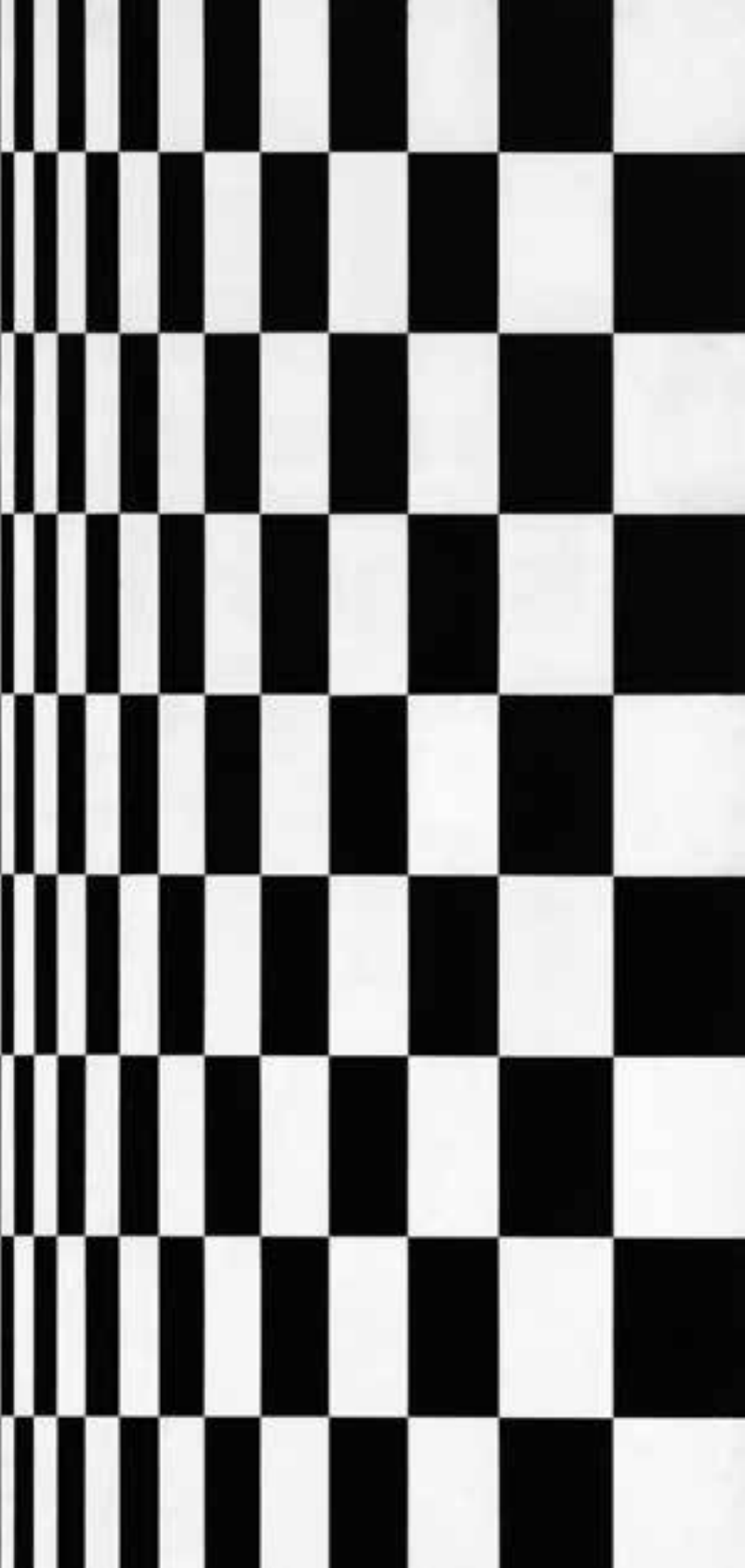
Allo stesso modo l'artista futurista Sonia Delau-

nay disegna bozzetti di abiti: ritroviamo l'insegna del suo 'cubismo orfico' nella rilettura offerta da Gianni Versace in un abito del 1990, creato per l'opera teatrale di Strauss *Il Capriccio*.

A firmare il vero sodalizio con l'arte futurista è però Laura Biagiotti. Ne è importante testimonianza un'appassionata ricerca, divenuta raccolta

Giacomo Balla, Fondazione Biagiotti Cigna, bozzetto per vestito da uomo, 1914; *Studio di borsetta con linee di velocità*, 1916, acquarello su carta (inv BG67); studio per motivo di stoffa, 1913.





di opere d'arte, conservate ora nella Fondazione Biagiotti Cigna, in cui sono custoditi alcuni dei più bei lavori di Giacomo Balla, come l'arazzo *Genio Futurista*, che ispira le linee scattanti di alcuni abiti, cui si aggiungono poi tanti bozzetti dell'artista, come quello del prendisole da cui nasce l'idea della borsa Balla e del *Tombino Futurballa*. Biagiotti ha anche dato vita allo *Studio per borsetta con linee di velocità* progettato dall'artista, una vera dimostrazione d'amore per l'arte dei futuristi.

Tra gli stilisti di inizio secolo, Elsa Schiaparelli si muove all'insegna delle contaminazioni artistiche. Incoraggiata a intraprendere la sua carriera nella moda da Poiret, inaugura nel 1927 a Parigi, in rue de la Paix, la prima boutique. Il successo immediato la conduce a Londra nel 1933 e a New York dove, nel 1949, inizia a frequentare Gaby Picabia, moglie dell'artista Francis Picabia e grazie a lei conosce i più grandi esponenti del movimento dadaista: Marchel Duchamp e Man Ray.

La stilista romana porta una ventata di freschezza nel mondo della moda introducendo nelle sfilate anche la musica e l'arte. Ma il contributo più importante arriva per mezzo della sua passione per il movimento surrealista, da cui nasceranno preziose collaborazioni con artisti del calibro di Salvador Dalì. Nel 1937 infatti creano insieme l'abito *Aragosta* e il cappello-scarpa, mentre per la collezione *Circo* del 1938 realizzano due abiti: *Lacrime* e *Scheletro*.

Anche per 'Madamemoiselle' Gabrielle Cha-

Louis Vuitton, collezione P/E 2013.

Bridget Riley's *Movement in Squares*, 1961, tempera su tavola, 123.2 x 121.2 cm, London, Arts Council Collection, Southbank Centre London.

nel, in arte Coco, le pubbliche relazioni sono decisive per approdare al mondo dell'arte. Grazie a Misia Sert incontra Picasso entrando in contatto con un fermento artistico che le regala uno stile unico: Chanel inventa un linguaggio che ben presto diventa quello della modernità. Come Picasso cubista decostruisce lo spazio pittorico ereditato dal Rinascimento, la creatrice della moda moderna, ridisegna la silhouette femminile e crea un nuovo capo d'abbigliamento che diventa un classico: il tubino nero, austero e rigoroso, ma comunque senza tempo.

La moda si appresta a conoscere l'arte informale di Lucio Fontana a cui possono essere paragonabili alcuni esiti dello stilista spagnolo Cristóbal Balenciaga. Egli costruisce sulla donna capi dalle sagome generose e dalle forme aperte, che sembrano parlare lo stesso linguaggio delle opere dell'artista. Entrambi smembrano la figurazione tradizionale per ricomporla in soluzioni astratte che creano una nuova concezione dello spazio come dell'abito.⁷

Lo stesso non si può certo dire per Christian Dior che strizza ancora il vitino delle modelle in abiti che sembrano prendere vita da un quadro di Monet. Essi mostrano la sua ispirazione stilistica e le sue radici artistiche affini a quelle dei grandi impressionisti francesi, che amavano dipingere *en plein air*. Dior veste la donna ispirandosi alla natura del suo giardino, la trasforma in fiore attraverso abiti dalla tipica forma a corolla del suo *New Look* presentato nel 1947:⁸ uno stile che nonostante l'immediato successo, subisce una brusca battuta d'arresto nell'immediato dopo guerra. Il *New Look* infatti non risponde più alle esigenze della nuova generazione: intorno agli anni Ses-

santa Mary Quant e la sua moda *Poptical*, dall'incrocio dei nomi delle due correnti artistiche, *Pop art* e *Optical art* (meglio nota come *Op art*) crea nuove prospettive, come fa l'arte stessa. L'arte definita pop nel 1954 dal critico inglese Lawrence Alloway⁹ si basa sulla riproduzione tecnica di un'immagine popolare, come i famosi barattoli di polpa di pomodoro o il viso di Marilyn Monroe, da proporre in maniera seriale, transitoria e commerciale, l'opera d'arte perde la sua aura e viene considerata alla stregua di un qualunque prodotto di massa e da supermercato. L'arte di Andy Warhol o di Roy Lichtenstein è invasa dal colore, è figurativa e chiassosa, mentre la *Op*, spesso in bianco e nero, è invece antfigurativa e geometrica. La moda *Poptical*, quella di Mary Quant, è una fortunata commistione di queste due facce della medaglia. La figura ampollosa degli abiti del *New Look* viene asciugata in figure geometriche e precise, le vivaci campiture di colore vengono ritmate da fiorellini pop o da semplici pois che sembrano evocare uno dei fumetti di Lichtenstein.

È Versace, in tempi recenti, a giocare con la pop art di Andy Warhol su un abito del 1991, tutto completamente ricoperto di immagini del viso di Marilyn Monroe e James Dean. Lo stilista sa trovare ispirazione anche tra i fumetti di Roy Lichtenstein, riproposti nell'abito *Whaam!* e perfino nella scultura contemporanea di Calder. Grazie a Gianni Versace i *mobiles* fissati da ago e filo tornano a fluttuare attraverso le donne che indossano i suoi vestiti.

La bidimensionalità dell'arte *optical* esercita la sua influenza ancora oggi al punto che Ottavio Missoni ne ha fatto il suo tratto distintivo, le sue greche a zig zag attraversano le mode e sfidano il tempo. La geometria domina la scena anche nella

sfilata Louis Vuitton P/E 2013 in cui il contrasto tra il bianco e il nero rende dinamico il fluire delle stoffe. Fendi invece usa gli accessori per mimetizzarsi perfettamente nell'opera d'arte di Bridget Riley, nella borsa come nel quadro le figure geometriche creano l'illusione ottica del movimento.

Tra gli anni Sessanta e Settanta del Novecento le influenze da oltre oceano si intensificano, prende infatti vita negli Stati Uniti un'altra corrente artistica minimalista,¹⁰ la cui eco arriverà presto anche in Italia. L'arte Minimalista riduce il suo linguaggio espressivo all'essenzialità, gioca con la semplicità delle forme geometriche primarie spesso utilizzate in maniera seriale, i materiali utilizzati sono freddi e i colori stesure monocrome. L'opera d'arte minimalista supera i confini di scultura e pittura per un'interazione concettuale più efficace con l'ambiente circostante e due grandi stilisti, André Courrèges e Paco Rabanne,¹³ allineano la moda secondo tali orientamenti.

Courrèges, allievo di Balenciaga, è francese: i suoi abiti riflettono gli studi in ingegneria civile al punto da essere riconosciuto come il 'Le Corbusier della moda', mentre lo spagnolo Paco Rabanne viene soprannominato 'il metallurgico' per i suoi abiti costruiti con materiali futuribili. Plastica, alluminio, carta argentata, piccole lamelle metalliche rigide scolpiscono, modellano il corpo e interagiscono con lo spazio, proprio come le enormi installazioni dell'artista minimalista suo contemporaneo, Richard Serra. Paco Rabanne, formatosi alla scuola di Belle Arti di Parigi, crea i suoi 'abiti manifesto' usando pinze e anelli al posto dei tradizionali ago e filo: Salvador Dalì lo definirà il secondo genio di Spagna, dopo di lui.

In Italia a dichiarare il suo amore per l'architettura,

la costruzione geometrica e i volumi c'è invece Roberto Capucci. L'approccio scultoreo della moda di Capucci è comune anche ad altri stilisti che, sebbene con esiti differenti, realizzano abiti strutturati, come nel caso di Viktor & Rolf. Il duo originario dei Paesi Bassi crea una collezione Alta Moda A/I 2015-16 ove è difficile delineare i confini tra arte, pittura, scultura e performance. Le modelle indossano tele accartocciate sorrette da cornici destrutturate che prontamente i due stilisti gli sfilano di dosso al termine della passerella, per appenderle alle pareti come fossero quadri. Scultoreo è anche l'omaggio all'iniziatore del cubismo George Braque, che Yves Saint Laurent, nella collezione P/E Alta Moda del 1998, presenta attraverso un mini abito bianco su cui volteggiano due grandi colombe bianche, memori dell'opera pittorica *The Bird* del 1953.

L'influenza della scultura a volte si fa più evidente, in altri casi è soltanto una suggestione, un'idea. Valentino ad esempio nella collezione donna Alta Moda P/E del 2009, inventa un abito che ricorda un'opera di Tony Cragg: il movimento e il taglio netto del tessuto in balze richiamano, infatti, la soluzione modulare dello scultore.

Nella seconda metà degli anni Sessanta assistiamo a un rivoluzionario cambiamento di tendenza, se la linea *optical* e in seguito il minimalismo avevano puntato alla creazione di forme artificiali e inorganiche, assistiamo adesso al ritorno a elementi primari, in armonia con la natura: nasce l'arte povera. Questa corrente vuole manifestare le potenzialità espressive della materia, così come la moda che da essa sembra prendere le mosse. Tessuti non rifiniti o apparentemente tali come quelli di Gabriele Co-



Giambattista Valli, collezione P/E 2012.

Carlos Amorales, *Black Cloud*, 2009, installazione.









langelo, stilista contemporaneo, paiono imitare i materiali delle tele di Burri. Nella sua collezione *ready-to-wear A/I 2011-12*, le stoffe degli abiti ricordano il *Sacco B* del 1953 e il *Nero 1* del 1948 oggi conservate presso la Fondazione Burri a Città di Castello.

Al *Nouveau Réalisme* di matrice francese aderisce invece Yves Klein riconoscibile in un abito di 're' Giorgio Armani. L'elegante rigore dello stilista italiano si manifesta nella collezione *privé Alta Moda P/E 2015* attraverso un brillante contrasto cromatico in cui al nero della gonna si accosta un acceso blu del top, un blu che non può non ricordare le tele monocrome di Klein.

Dall'ossessione per il blu di Klein si passa al colore del romano Piero Dorazio, che ha contribuito all'evoluzione dell'arte astratta in Italia: le sue tele sono giochi cromatici, sapientemente ritmati su uno spartito bianco e luminoso. Il confronto con gli abiti firmati da Chanel nella collezione *P/E 2014* è immediato e divertente: le stoffe sono percorse da tante sfumature di colore, sistematicamente ordinate una a fianco all'altra, proprio come le pennellate dell'artista.

Abiti come tele. Giambattista Valli nella collezione *Alta Moda* della primavera estate 2012 realizza capi leggeri e svolazzanti, candidi, su cui è ricamata una distesa di fiori dai petali neri: ricordano le farfalle dalle ali scure dell'artista messicano Carlos Amorales che invadono e ricoprono letteralmente ambienti e superfici. La similitudine è evidente, a colpo d'occhio è impercettibile la differenza tra fiori e farfalle ma la sensazione di meraviglia è assolutamente la stessa.

Danie Buren, *Colonnes de Buren*, 1985-86, Paris, Palais Royal.

Giorgio Armani *privé A/I 2009*.

Una delle più importanti influenze dell'arte contemporanea porta il nome di un artista francese: Daniel Buren. Le sue opere-manifesto sono caratterizzate da strisce colorate rigorosamente di 8,7 centimetri, alternate a strisce bianche del medesimo spessore, concepite per essere fruite all'interno del contesto urbano prima ancora che nei musei. È davvero stimolante il confronto che si può fare con alcuni abiti firmati Louis Vuitton, Valentino, Pucci e Armani, tutti stilisti che hanno ceduto, come Buren, al fascino inesorabile delle righe. Come le opere di Buren, anche l'arte di strada finisce improvvisamente in passerella: i murali di Miles Gregor 'El Mac', Mesa, Gabriel Specter, Stinkfish, Jeanne Detallante e Pierre Mornet, tutti *writers*, entrano a far parte della moda, questa volta di Prada, nella collezione P/E 2014.

In un attimo ci rendiamo conto che l'arte sale e scende dalle passerelle, e la moda entra ed esce dai musei, carica di meraviglie che ci restituisce sotto forma di capolavori di sartoria e ricerca, insomma è il caso dirlo, vere opere d'arte.

Purtroppo è quasi impossibile citare tutti i designer che hanno contribuito al processo di artificazione della moda. Tutti, in maniera più o meno consapevole, ci offrono la possibilità di leggere la storia dell'arte attraverso le loro collezioni, poiché ognuno, con il suo personalissimo stile, regala prove tangibili di tale influenza permettendoci di riconoscere questo divertente gioco d'ispirazione.

¹ F. POLETTI, *Intervista alla stilista di nuova haute couture Iris Van Herpen per la rivista "Elle"*, <http://www.elle.it/Magazine/Intervista-alla-stilista-di-nuova-haute-couture-Iris-Van-Herpen> (consultato il 21 ottobre 2017).

² W. ST. CLAIR, *Lord Elgin e i marmi del Partenone*, De Donato, Bari, 1968.

³ I. CISERI, *Musei Nazionali ed esposizioni. L'arte in Pubblico*, in S. ZUFFI (a cura di), *La storia dell'Arte, il Romanticismo*, Milano, Mondadori Electa, "La biblioteca di Repubblica", 2006, p.170.

⁴ D. MARSANO, *La nascita della moda moderna. Stilisti e idee* in ZUFFI (a cura di), *La storia dell'Arte. Nuovi orizzonti creativi*, Milano, Mondadori Electa, "La biblioteca di Repubblica", 2006, p. 551.

⁵ D. ROCHE, *Il linguaggio della moda* (ed. or. *La culture des apparences*, 1989) traduzione di Sergio Luttazzo, Torino,

Einaudi, 1991, p. 457.

⁶ D. MARSANO, p. 590.

⁷ B. MARSANO, op. cit. p. 568.

⁸ Ivi, pag. 591. Il nuovo stile di Christian Dior è così ribattezzato da Carmel Snow, allora direttrice della rivista "Harper's Bazaar".

⁹ A. VETTESE (a cura di), *La nascita della Pop art*, La grande storia dell'Arte, vol. 10. Il Novecento-seconda parte, Il Sole24ORE, E-ducation S.P.A., Firenze, 2005, p.112.

¹⁰ Y-A. BOIS, D.H.D. BUCHLOH, H. FOSTER, R. KRAUSS, *Arte dal 1900, Modernismo, Antimodernismo, Postmodernismo*, Milano, Zanichelli, 2006, p. 492.

¹¹ F. FABBRI, *L'orizzonte degli eventi. Gli stili della moda dagli anni Sessanta a oggi*, Bologna, Atlante editore, 2013, p. 24.



Peter Lippmann, ADV campaign,
Christian Louboutin, A/I 2011.



Capitello
ionico
dell'Eretteo,
dettaglio,
Acropoli
di Atene,
V sec. a.C.

Gianfranco
Ferrè per
Christian Dior,
abito Palladio,
collezione
Haute Couture
P/E 1992, linea
'Au vent léger
d'un été',
Parigi,
collezione
Christian Dior.



Bramante,
Tempietto
di San Pietro
in Montorio,
dettaglio,
1502, Roma.

Roberto
Capucci,
abito
*Colonna
dorica*,
foto di
Claudia
Primangeli,
1978.



Roberto
Capucci,
abito
*Capitello
corinzio*,
foto di
Claudia
Primangeli,
1989.

Pantheon,
capitello
corinzio,
dettaglio,
118-125 d.C.,
Roma.





Dolce & Gabbana,
collezione A/I 2013-2014.

Arcangelo Michele,
mosaico dell'abside,
particolare, 1145, Cefalù,
Duomo di Cefalù.



Dolce & Gabbana,
collezione A/I 2013-2014.

*Guglielmo II dona
la Cattedrale di Monreale
alla Vergine*, particolare
del mosaico, XII-metà del XIII
secolo, Monreale,
Duomo di Monreale.



Dolce & Gabbana,
collezione A/I 2013-2014.

Vergine, particolare del mosaico
dell'abside, 1145, Cefalù,
Duomo di Cefalù.



Nicholas Hilliard,
Elizabeth I, 1592, olio su tela,
224 x 169 cm, Derbyshire,
Hardwick Hall.

Valentino, collezione Haute
Couture A/I 2013-2014.



Ritratto dell'infanta Catalina Micaela de Austria, duquesa de Saboya, attribuito a Juan Pantoja de la Cruz, olio su tela, 111 x 91 cm, 1585, Madrid, Museo Nacional del Prado.

Valentino, collezione Haute Couture A/I 2016.



Canaletto, *Veduta di Palazzo Ducale di Venezia*, 1697-1768, olio su tela, 51x83 cm, Firenze, Galleria degli Uffizi.

Dolce & Gabbana Haute Couture A/I 2013. Edie Campbell in *Cinderella Story*, "Vogue US" settembre 2013, foto di David Sims.



Ulisse Adrovandi, *Tavole acquerellate*,
vol. 002 animali, manoscritto,
Fondo Ulisse Aldrovandi,
Biblioteca universitaria di Bologna.

Valentino, collezione Haute Couture
A/I 2013-2014.



106



Roberto Capucci, abito *Primavera*,
collezione 1989, Roma, Galleria Nazionale
d'Arte Moderna.

Sandro Botticelli, *Primavera*, 1482,
tempera su tavola, 203 x 314 cm, Firenze,
Galleria degli Uffizi.



Giambattista Valli, collezione A/I 2012-13.

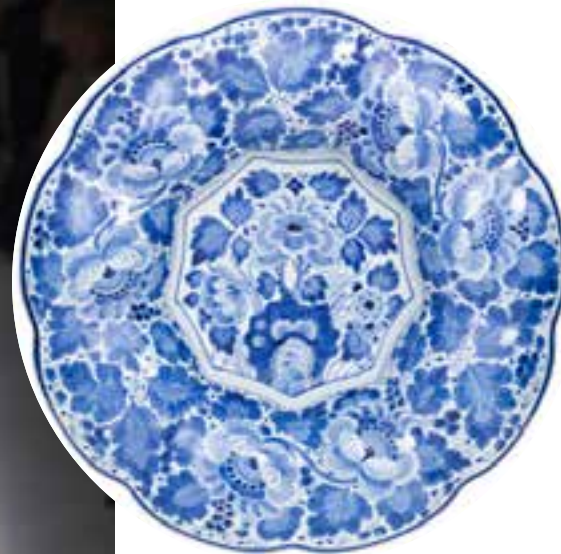


Peter Paul Rubens, *Marchesa Brigida Spinola Doria*, 1606, olio su tela, 152.5 x 99 cm, Washington, National Gallery of Art.



Valentino, collezione
ready-to-wear A/I 2013.

Porcellana di Delft, piatto,
produzione Royal Delft.



Domenico Ferretti,
Arlecchino gran signore,
1750 ca., olio su tela,
98 x 78 cm, Firenze,
Collezione Cassa
di Risparmio.

Armani Privè Haute
Couture P/E 2011.



110



Valentino Haute Couture P/E 2014.

Lucas Cranach il vecchio, *Adamo ed Eva*,
1526, olio su tavola, 117 x 80 cm,
Londra, The Samuel Courtauld Trust,
The Courtauld Gallery.



Roberto Cavalli,
collezione A/I 2005-2006.
Vaso bianco e blu con drago,
Cina, dinastia Qing,
fine XIX secolo.

112



John William Waterhouse, *Windswept*, 1902,
olio su tela, 114.3 × 78.7 cm, collezione privata.
Blumarine, collezione P/E 2013.





Chanel, collezione P/E 2014.

114



Tony Cragg, *Hollow Head*, 2011,
acciaio inossidabile, 75 x 60 x 35 cm,
New York, Marian Goodman Gallery.
Valentino, Haute Couture P/E 2009.





115

Armani Privè Haute Couture P/E 2015.
Yves Klein, *International Klein Blu*, 1958,
pigmenti puri e resine sintetiche, tela su
cartone pressato, Roma, Galleria Nazionale
d'Arte Moderna e Contemporanea.



Renato Guttuso, *Natura morta*,
1976, olio su tela, 90 x 110 cm,
collezione privata.

Dolce & Gabbana, collezione P/E 2012.





Laura Biagiotti, collezione P/E 2016.

Giacomo Balla, *Genio Futurista*, 1925,
olio su tela d'arazzo, 279 x 381 cm,
Guidonia (Roma), Collezione Laura Biagiotti.



Claude Monet, *Le déjeuner sur l'herbe*,
1865-1866, olio su tela, 248 x 217 cm,
Parigi, Musée d'Orsay.

Laura Biagiotti, collezione P/E 2016.



Laura Biagiotti, collezione P/E 2016.

Amedeo Bocchi, *Fior di loto*, 1903, olio su tela, 125 x 258 cm, Parma, Civiche Raccolte d'Arte del Comune di Parma.

Disegno preparatorio
del costume di scena
indossato da Kiri Te
Kanawa, disegnato
da Gianni Versace
per l'opera teatrale
Capriccio di Strauss
in scena a San Francisco,
all'Opera House, e a
Londra, al Royal Opera
House, nel 1990.





121

Vasily Kandinsky, *Kleine Velten*, 1922, New York, Metropolitan Museum of Art.



Lavinia Biagiotti Cigna
davanti al tombino *Futurballa*.

Laura Biagiotti, Tombino
Futurballa, su cui è riprodotto un
particolare dell'opera *Modello di
prendisole per mare* del 1930,
Giacomo Balla, Guidonia (Roma),
Collezione Laura Biagiotti.

Giacomo Balla, *Modello di
prendisole per mare*, 1930,
Guidonia (Roma), Collezione
Laura Biagiotti.





Versace, *Whaam!*, abito da sera in jersey dévoré, 1996.

Roy Lichtenstein, *Whaam!*, 1963

124





125

Versace, *Calder*,
abito da sera in chiffon di seta bianco e nero, 1997.

Alexander Calder, *Mobile*, metallo, legno, filo e corda,
1932 circa, Londra, Tate Modern.







Alberto Burri, *Nero Catrame*, 1951,
catrame, acrilico, smalto su tela,
61 x 87 cm, Città di Castello (Perugia),
Fondazione Palazzo Albizzini
Collezione Burri.



Gabriele Colangelo, collezione A/I 2011-12.



Gabriele Colangelo, collezione A/I 2011-12.

Alberto Burri, *Sacco e oro*, 1953,
Città di Castello (Perugia), Fondazione
Palazzo Albizzini Collezione Burri.

130



Prada, collezione P/E 2014.



131

Prada, collezione P/E 2014.

SINERGIE

tra evocazione
e progetto

*Parigi ha l'eleganza delle armonie e della grandeur,
Londra ha l'eleganza della classe e del prestigio,
Roma ha l'eleganza dell'umanità e della storia.
Ogni città ha la sua eleganza.
Anche Milano: ha l'eleganza della sobrietà,
della discrezione, della solidità.*

Gianfranco Ferré



Il percorso della moda verso il suo riconoscimento come forma d'arte non si evince esclusivamente dalle connessioni e dai rimandi concettuali degli abiti ai capolavori artistici, ma anche dai risvolti psico-sociologici, economici e culturali che derivano dalla relazione tra il lavoro degli stilisti e quello degli artisti.

L'artificazione parziale della moda, ci ricorda Diana Crane¹ basandosi sulla definizione data da Shapiro, è vista come "un processo di trasformazione della 'non-arte' in arte".² Questa dinamica genera cambiamenti che interessano diversi aspetti delle rispettive fasi evolutive: si diversificano gli attori coinvolti nel processo creativo, mutano le caratteristiche degli artefatti prodotti che diventano sempre più simili a opere d'arte, le istituzioni culturali e governative si sensibilizzano alle simbiosi creative generate da questa 'nuova moda': di conseguenza aumenta il numero delle attività culturali legate alla promozione e alla valorizzazione di tali progetti.³

La chiave di volta che sorregge tutta l'argomentazione che segue, e che cerca di spiegare l'origine di questo fenomeno dell'artificazione, potrebbe essere individuata nel concetto di lusso. Come già intuito da Veblen,⁴ la società ha la tendenza a esteriorizzare la sua crescente esigenza di protagonismo attraverso una costante ricerca e ostentazione di unicità. Questo si traduce, nel mondo moderno più che mai, in una sfianante rincorsa tra domanda e offerta alla ricerca di inutili novità da immettere sul mercato, una strategia

che mira a sovvertire l'ordine dei bisogni teorizzato da Maslow al fine di incoraggiare la competizione per la ricchezza.

Il mercato della moda è naturalmente coinvolto in questa maratona, e in quest'ottica vanno interpretate le forme di collaborazione che si stabiliscono tra stilisti e artisti. Da questi progetti comuni nascono veri e propri 'prodotti' commerciali destinati alla vendita e a un pubblico alla ricerca del lusso esasperato. Possedere opere d'arte è un privilegio per pochi e per questo tali collaborazioni diventano importanti dal momento che concedono, su vasta scala, la possibilità di avvicinarsi a un artista, di possedere una sua 'opera', di poterla indossare e quindi esibirla. L'arte è sinonimo di lusso tanto quanto lo è la moda e non è un caso che i grandi stilisti abbiano legato il loro nome a fondazioni per il sostegno e lo sviluppo dell'arte, forse per spirito di mecenatismo, forse anche per ribadire una vicinanza simbolica a essa.

Analizzare le strategie di marketing pubblicitario dei prodotti della moda di lusso acquista dunque particolare rilevanza: le copertine delle più famose riviste di moda, i servizi fotografici, le vetrine dei negozi e intere campagne promozionali delle maison rievocano molto spesso correnti artistiche o quadri famosi.

Indubbiamente l'arte è una fonte d'ispirazione per stilisti e fotografi alla ricerca di immagini potenti e di grande effetto ma è ugualmente innegabile che questa tendenza, ormai consolidata,

sia utilizzata come una vera e propria strategia pubblicitaria, un metodo di condizionamento. Alcune campagne pubblicitarie di moda, attraverso una similitudine con le opere d'arte, allegano in modo subliminale un'aura artistica al proprio prodotto e in questo modo conquistano il mondo dell'arte anche a fini commerciali, l'obiettivo è far percepire ciò che vediamo – a livello più o meno conscio – come 'artistico'.

Tali sinergie investono la moda di un ruolo sociale.

Alla missione degli stilisti di elevare il gusto nell'abbigliamento si aggiunge quella di incoraggiare e veicolare la creatività degli artisti, aumentano infatti le maison che danno vita a organizzazioni no-profit, attraverso le quali si occupano di promuovere e finanziare progetti culturali sotto l'egida del loro marchio.

Tutto questo prodigarsi deve essere compreso nel suo giusto valore: molte sono le fondazioni di moda che nascono dalla passione per l'arte dei suoi fondatori, dal loro mecenatismo e dal desiderio di rendere fruibili le loro collezioni, una visione in cui si fondono etica e responsabilità sociale. Di contro, è altresì innegabile che questo generi un ritorno economico e d'immagine che, seppur legittimo, rientra in parte nelle strategie di mercato.

Particolarmente significativa è la modalità di avvalersi dei luoghi deputati all'esposizione di opere d'arte, quali siti culturali, sale di musei o edifici di interesse storico-artistico, come scenografia per la presentazione delle collezioni.

Il valore artistico e culturale dell'Alta Moda è un innegabile dato acquisito: essa stessa ha, infatti, proprie istituzioni finalizzate alla sua conser-

vazione e valorizzazione. La moda, come l'arte, è espressione di un momento storico, è cultura e tradizione di un territorio, ci identifica, per questo è stata universalmente riconosciuta come bene culturale, ma è anche plausibile che queste sinergie con il mondo dell'arte abbiano provocato un cambiamento di rotta nell'atteggiamento dei grandi musei, che l'hanno accolta al loro interno dedicandole mostre temporanee o inserendola nelle proprie collezioni permanenti.



Collezione Sorelle Fontana, 1958, Isabella Alborico ritratta in abito da cocktail ispirato alla pittura europea del XV e XVI secolo.

Collaborazioni

L'arte ha futuro solo se gli artisti saranno buoni imprenditori di sé stessi.

Francesco Vezzoli

Il campo della moda offre alla ricerca numerosi esempi di *partnership* tra artisti e ideatori di moda utili allo studio delle dinamiche che regolano il percorso verso una nuova forma di estetica. Queste forme di collaborazione non sono certo un fenomeno moderno, bensì affondano le loro radici nei primi anni del Novecento; a tale proposito, in un'intervista del "Corriere della Sera", Miuccia Prada⁵ riporta le parole di Germano Celant che ricorda come l'unico vero rapporto tra arte e moda sia stato quello tra Elsa Schiaparelli e Salvador Dalì. Rifiutando personalmente l'idea di collaborare con un artista, la stilista è dell'opinione che il rapporto tra arte e moda sia superficiale e utilitaristico. Si potrebbe del resto ipotizzare che anche la scelta di Schiaparelli, di affiancarsi al celebre esponente del surrealismo, sia stata dettata, oltre che da affinità creative, anche dall'eco mediatica di questo tipo di operazione: la notorietà che il più eccentrico pittore di Spagna aveva costruito a livello mondiale potrebbe aver giocato a suo favore. Analogamente, si può immaginare che lo stesso Dalì possa aver ponderato gli aspetti positivi della collaborazione con una delle stiliste italiane più celebri di tutti i tempi: questione di punti di vista. Ne deriva che la dinamica opportunistica celata dietro la scelta della giusta *partnership*, possa determinare il successo o l'insuccesso di un progetto di collaborazione.

Qualunque sia stato il movente, l'esito del sodalizio con Elsa Schiaparelli si è rivelato fortunato e, grazie a Dalì, l'immaginario surrealista fa la sua comparsa nel mondo della moda. Ne nascono una serie di pezzi realizzati 'ad arte': il cappotto *Scrivania* dotato di tasche vere e finte con anelli per l'apertura che il pittore disegna citando direttamente la sua scultura *Venere di Milo con cassette* del 1936, l'abito da sera in seta del 1937-38 su cui dipinge l'immagine di un'aragosta, ispirato al suo *Telefono astice* del 1937; il tailleur nero con tasche rifinite da voluttuose labbra rosse ricamate, accompagnato da un cappello a forma di scarpa; insieme Schiaparelli e Dalì realizzano infine due abiti iconici, *Lacrime* e *Scheletro*, oggi conservati presso il Victoria and Albert Museum di Londra.

Oltre la coppia Schiaparelli-Dalì – uno degli esempi più riusciti di collaborazione del Novecento – un merito speciale si deve anche alle sorelle Fontana: Zoe, Micol e Giovanna. Dal 1951 al 1959 le Fontana organizzano un concorso di pittura al quale partecipano, negli anni, artisti come Domenico Purificato, Mimmo Rotella, Nuvolo, Renzo Vespignani. Le opere vincitrici vengono poi trasferite su tessuto per dare vita agli abiti della linea *Miss Fontana*,⁶ dedicata alle più giovani: si tratta di uno dei primi esempi in cui una casa di moda collabora con l'arte contemporanea, promuovendola attraverso le sue stesse manifatture.

Una dinamica simile si ritrova in tempi moderni, in una delle collaborazioni più fortunate di sempre: quella tra Marc Jacobs, ex direttore artistico di Louis Vuitton, e Takashi Murakami.

L'artista giapponese, alla fine degli anni Novanta del secolo scorso, ha raggiunto una grande notorietà grazie all'uso di un linguaggio ben riconoscibile, fatto di segni e simboli ispirati ai cartoni animati giapponesi. La cooperazione tra l'artista e la casa di moda è consistita nella realizzazione di un nuovo design per i prodotti del marchio. I

motivi grafici di occhi e fiorellini che Murakami disegna per Louis Vuitton mantengono poi le caratteristiche dello stile 'Superflat' che li accomuna al classico logo composto dalla sovrapposizione delle lettere 'L' e 'V'.

La collezione ottiene un gran successo e Murakami, contemporaneamente all'immissione sul mercato dei prodotti realizzati per Louis Vuitton, espone, nel 2003, la serie di quadri *Eye Love Monogram*, presso le gallerie Boesky di New York e Perrotin di Parigi: i dipinti riproducono essen-

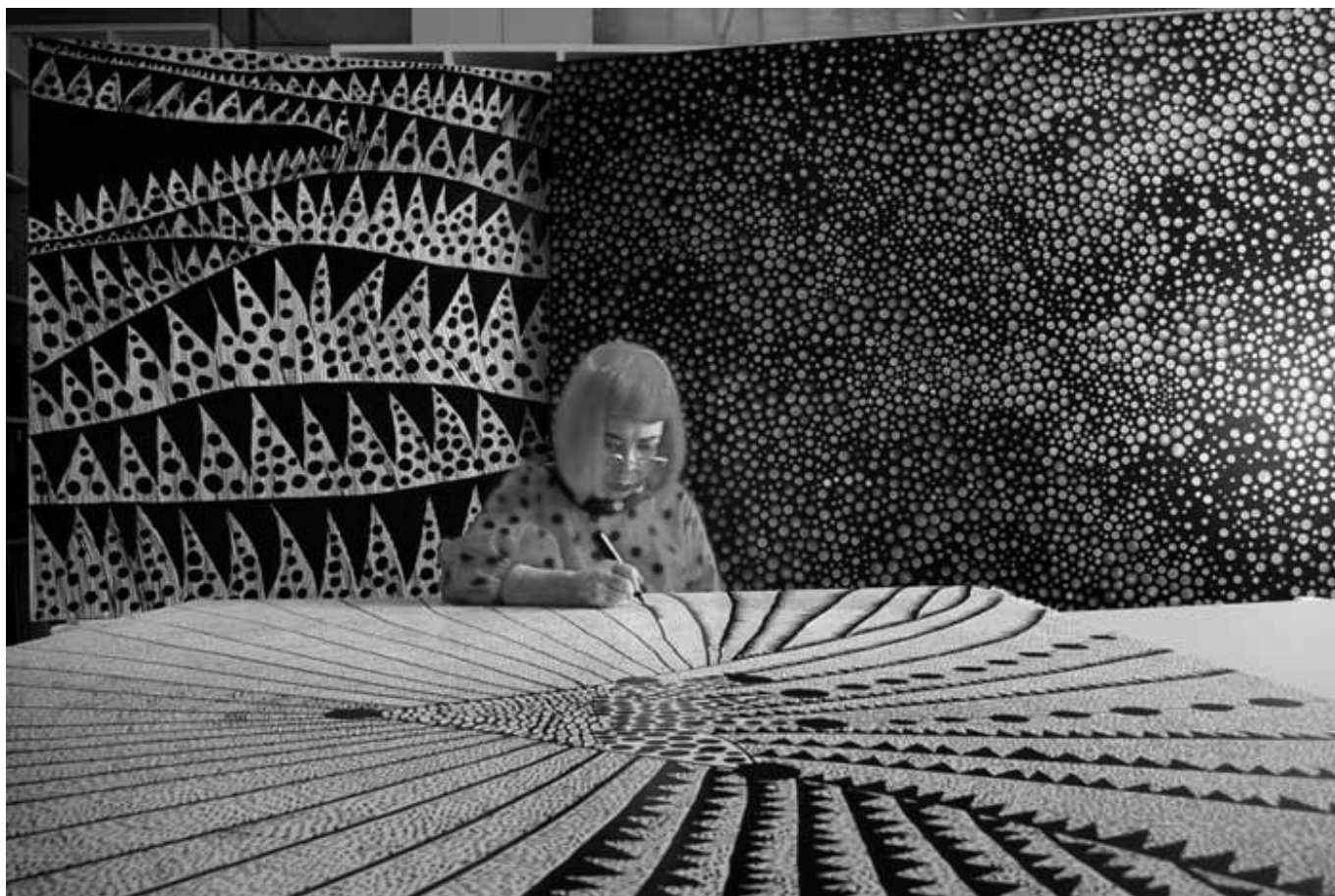


Abiti realizzati dalle Sorelle Fontana con stoffe esclusive ispirate a opere d'arte contemporanea.

zialmente i motivi grafici prodotti per Vuitton con il logo in primo piano.

L'esempio di Murakami tuttavia non è isolato. Infatti la maison francese sembra apprezzare particolarmente gli artisti del Sol Levante. Nel 2012 Yayoi Kusama, sempre giapponese, gioca con la classica tela *monogram* che questa volta viene invasa da infiniti pois bianchi, segno distintivo dell'artista. Il desiderio di sperimentare di Louis Vuitton non è tuttavia terminato. In tempi recenti, dopo Stephen Sprouse, Takashi Murakami, Ri-

chard Prince, Yayoi Kusama, Cindy Sherman, James Turrell, Olafur Eliasson e Daniel Buren è emerso il nome di Jeff Koons. L'ultima importante collaborazione di successo – creativo ed economico – registrata da Louis Vuitton è infatti quella con l'artista statunitense, interprete magistrale della cultura pop americana. Le sue opere, generalmente sculture, rappresentano oggetti banali, come il *Ballon dog* statua gigante di un cagnolino realizzato con i palloncini. Nel 2017, da questa collaborazione ormai alla seconda edizione, nasce



Yayoi Kusama.



Bulgari in collaborazione con lo scultore Anish Kapoor, anello *Bzero 1*, 2010.



Bulgari in collaborazione con l'architetto Zaha Hadid, anello *B. Zero 1 Design Legend*, 2016.

140

la collezione *Masters* che riproduce i grandi capolavori di Leonardo, Van Gogh, Rubens, Tiziano, Monet, Turner, Gauguin, e Manet sulle borse icona della maison – come la *Speedy*, la *Keepall* e la *Neverfull* – e le destina al grande pubblico. È la prima volta che il *brand* permette a qualcuno di modificare del tutto la tela *monogram* che contraddistingue le sue borse dove, adesso, si vedono affiancate le iniziali JK a quelle LV.

Per la presentazione della collezione, il gruppo LVMH di Bernard Arnault ha organizzato una cena al fianco della *Gioconda*, nella Salle des États del Louvre dove, già nel 2017, Vuitton aveva messo piede in occasione della sua prima sfilata all'interno del museo, nella Cour Marly. Una volta immesse sul mercato, sono le vetrine stesse dei negozi Vuitton a diventare spazi espositivi: al posto delle opere d'arte si espongono borse debitamente sistemate su cavalletti da pittura e sullo

sfondo campeggiano le gigantografie dei quadri riprodotti con il nome dell'artista prescelto. Di Tiziano *Marte, Venere e Cupido*, di Rubens *Caccia alla tigre*, di Fragonard *Ragazza con cane*, di van Gogh *Campo di grano con cipressi*, di Leonardo *Monna Lisa*, di Manet *Déjeuner sur l'herbe*, di Monet *Ninfee*, di J. M. V. Turner *Roma antica*, di Gauguin *Te nave nave fenua*. L'aspetto didascalico è piuttosto rilevante poiché all'interno di ogni borsa c'è una biografia e un ritratto dell'artista abbinato a quel modello.

Anche se spesso gli artisti contemporanei che si prestano a questo gioco rischiano di essere additati come privi di sostanza e in cerca di facili guadagni, il risultato è sempre qualcosa di unico ed è forse questo che decreta la fortuna di tali operazioni commerciali.

Proprio all'unicità deve aver puntato il colosso della gioielleria italiana Bulgari nel cercare la col-

laborazione dello scultore di origine indiane Anish Kapoor. Nel 2010 l'artista è stato coinvolto nelle celebrazioni del decimo anniversario della collezione *B. Zero 1* con il compito di reinterpretare l'iconico anello della maison, il gioiello ricalca, infatti, le forme scultoree delle sue opere. Evidente è la somiglianza con l'installazione *Turning the World Upside Down* del 1995 ubicata presso l'Israel Museum a Gerusalemme.

Molto più recente è invece la collaborazione con Zaha Hadid, scomparsa nel 2016. Dal genio dell'architetta e designer irachena, e dal talento di Bulgari nasce la linea *B. Zero 1 Design Legend* lanciata durante la Miami Art & Design Week. Pubblicitizzato dallo slogan *Classic is revolutionary*, l'anello, creato per celebrare il nuovo millennio, evoca le forme circolari e imponenti del Colosseo e celebra la classicità di Roma, simbolo di eternità e al contempo di rivoluzione.

Oltre ai gioielli, l'architettura si sposa spesso anche con i prodotti in pelle. Qui l'oggetto protagonista è la borsa: per le dimensioni contenute, i materiali e la forma generalmente geometrica essa diventa supporto ottimale per l'estro creativo degli architetti. Prima ancora delle borse di Koons per Vuitton, un'altra cooperazione, questa volta tutta italiana, ha esordito nel panorama interazionale: quella tra Max Mara e Renzo Piano. Nel 2015 l'"archistar" realizza, su commissione della Maramotti, la *Whitney bag* per celebrare l'inaugurazione della nuova sede del



Laura Biagiotti e René Gruau.

Whitney Museum a New York di cui l'azienda è stata *main sponsor*. Per solennizzare il primo anniversario ne viene realizzata una nuova versione: la *Whitney bag anniversary edition* che ha ricevuto il premio IDEAT Future Award 2016 al Design Shanghai – il principale evento di design in Asia – come miglior accessorio dell'anno. Le linee pulite di Renzo Piano, del resto, ricalcano perfettamente l'idea di sofisticata eleganza di Max Mara.

Sono molteplici gli esempi italiani di fortunate collaborazioni, basti citare un nome che si è distinto per raffinata sensibilità, quello di Laura Biagiotti. Una stilista che, insieme al marito e, oggi, alla figlia, ha nutrito una passione per l'arte del Novecento, specie per il futurismo che ha posto al centro della sua personale collezione d'arte. Un'anima sensibile che ha saputo apprezzare anche le arti minori e intuire le sottili potenzialità comunicative dell'illustrazione, instaurando un profondo rapporto creativo con René Gruau.

L'artista inizia a lavorare giovanissimo – per far fronte alla difficoltà economiche derivate dal divorzio dei genitori: padre italiano e madre appartenente alla nobiltà francese – pubblicando le sue illustrazioni di moda su alcune riviste. Seguono il successo e le importanti collaborazioni con le firme più prestigiose: Dior, l'azienda calzaturiera Fratelli Rossetti, le firme Emilio Schuberth e Jole Veneziani. Con Laura Biagiotti nasce una vera amicizia e un sodalizio artistico tanto che Gruau realizza i bozzetti per gli acces-

sori, il logo LB e anche le scenografie per le sfilate. La borsa che realizza nel 2002, in occasione del trentesimo anno della maison, con il ritratto di Laura Biagiotti oggi è esposta, su donazione della stessa stilista, al museo di Rimini, dove Gruau è sepolto. La stilista gli aveva, a sua volta, dedicato la collezione autunno-inverno 2004/05.

Scultori, architetti, illustratori: la moda circo-scrive tutte le dimensioni dell'arte contemporanea. Un altro straordinario successo, tutto Made in Italy, è quello firmato da due grandi nomi del panorama bolognese. Nel 2010 l'azienda di casa Furlanetto, leader nel settore della pelletteria, crea la *Candy bag Opera* realizzata a quattro mani con Sissi, artista vincitrice del premio Furla nel 2002. Il bauletto si presenta come il risultato di un viaggio tutto italiano fra arte, creatività e innovazione. La performance itinerante *Candy-brissima*, ideata da Sissi, con la quale Furla pubblicizza la *Candy bag Opera*, racchiude in sé la filosofia dell'artista che concepisce la moda come una mescolanza continua di emozioni personali che rendono uniche le sue opere. Il confine tra arte e moda viene definitivamente superato quando Sissi posa, con una borsa Furla, per la campagna pubblicitaria P/E 2010 dell'azienda insieme a una sua opera: l'arte e l'artista finiscono in primo piano per la promozione degli accessori. Una rappresentazione divertente e colorata che lascia spazio a diversi interrogativi su cosa possa considerarsi arte.

Una personalità italiana che ha sempre spalancato le porte del suo atelier al mondo dell'arte è Gianni Versace, indubabilmente uno dei nomi più rappresentativi della storia del Made in Italy: l'abito a facce di Warhol-Marilyn, indossato da

Linda Evangelista, resta vivo nella memoria. Non sorprende quindi che la Versace ancora oggi collabori con degli artisti, come per la collezione A/I 2008 dove sia gli abiti che la scenografia sono realizzati con Tim Roeloffs, ex squatter berlinese di origine olandese. I suoi quadri, proiettati verso il pubblico, fanno da scenografia alla sfilata, e sugli abiti voluminosi e sartoriali sono riprodotti i collage segno distintivo delle sue opere.

A volte è la moda, con i suoi contenuti, a trasformarsi in oggetto di sperimentazione: può accadere che uno stilista trasformi la sua passerella in una vera e propria performance. È il caso del britannico Alexander McQueen che, durante la sfilata P/E 1999, regala un'occasione di alta creatività: una modella viene 'assalita' da due robot che riversano sul suo abito bianco scariche di colore nero e giallo. Al termine della performance, la modella, provata, lascia la passerella con indosso il suo abito/opera d'arte.

McQueen si dimostra tra i più attigui al mondo dell'arte e lo fa attraverso collaborazioni con personalità inclini, a loro volta, verso il mondo della moda, come Vanessa Beecroft. Già in una delle sue performance più famose, quella realizzata nel 1998 al Guggenheim Museum di New York,⁷ l'artista mette in scena cinquanta modelle con addosso solamente biancheria intima e scarpe firmate Gucci,⁸ non a caso sponsor ufficiale. Si tratta di un caso limite per ciò che riguarda i confini tra arte e moda: quella che potrebbe essere considerata una sfilata primavera/estate di Gucci, viene privata del suo contesto ed esposta in un museo di arte contemporanea. Di Alexander McQueen sono invece le scarpe della più recente performance VB47 del 2011, presso la Fonda-



Alexander McQueen, collezione P/E 1999,
Shalom Harlow chiude la sfilata con una performance.

zione Peggy Guggenheim, in cui l'artista si ispira alla pittura di de Chirico, in particolare al *Ritorno di Ulisse* del 1968, dove un uomo rema in una barca all'interno di una stanza arredata.

Le performance della Beecroft non si limitano a portare le grandi firme nelle istituzioni museali, ma riescono a trasferire l'arte nelle boutique: ad esempio, in occasione dell'apertura del negozio

Louis Vuitton sugli Champs-Elysees, nel 2005, l'artista dispone le proprie modelle sugli scaffali, accanto ai bagagli della maison esposti in vetrina.⁹

I confini tra l'arte e la moda sembrano ormai definitivamente superati. Francesco Vezzoli è il protagonista italiano più accreditato nello scenario artistico contemporaneo, nonché l'esempio di artista meglio inserito nello star system internazionale e nel sistema dell'arte contemporanea fatto di galleristi, ma anche di feste, salotti e grandi nomi della moda.

Fin dagli esordi della sua carriera, l'artista italiano ha mostrato interesse per performance e video che mettono in evidenza l'importanza delle celebrità nella società attuale. Ad esempio, nel 2009, in occasione del trentesimo anniversario del Museum of Contemporary Art di Los Angeles, ha messo in scena la performance *Ballets Russes Italian Style (The Shortest Musical You Will Never See Again)* insieme alla cantante pop Lady Gaga. Lo spettacolo, sponsorizzato dal gallerista Larry Gagosian e da Dasha Zhukova del museo di arte contemporanea di Mosca, prevedeva la partecipazione della compagnia di balletto del Bolshoi, in omaggio allo storico impresario russo Sergej Diaghilev. Per l'occasione sono intervenuti anche altri protagonisti del panorama dell'arte, come Damien Hirst, che ha dipinto il pianoforte di Lady Gaga e l'architetto Frank Gehry, che ha realizzato il cappello, mentre gli abiti di scena, sia degli artisti che dei ballerini, sono stati realizzati da Prada.

È interessante e significativo constatare la fluida intercambiabilità dei ruoli poiché non fa differenza se a dirigere il progetto sia un artista o uno stilista: il risultato veicola ininterrottamente qualcosa di unico e irripetibile.

Laura Biagiotti in Cina



“Prima” sfilata di Moda Italiana
a Pechino 25 Aprile 1988

René Gruau, manifesto della sfilata di Laura Biagiotti in Cina, 1988.

Pubblicità

*Io ho cominciato come un artista commerciale
e voglio finire come artista del business.*

Andy Warhol

Oltre agli abiti, esiste però un altro strumento di cui la moda può servirsi per completare questa sua trasformazione: le campagne pubblicitarie. La pubblicità di moda subisce notevolmente l'influenza della storia dell'arte nel senso che le immagini fotografate sono composte in modo tale da rievocarne la suggestione. In questo modo il messaggio subliminale che il nostro inconscio riceve è ambiguo, veniamo indotti a pensare che il prodotto pubblicizzato non sia soltanto moda ma qualcosa che ha a che fare con l'arte stessa.

Negli stessi anni in cui in America si sviluppa la Pop Art,¹⁰ proprio attraverso la pubblicità la moda viene mezzo di comunicazione di massa utilizzando come strumenti, ancor prima di riviste e *advertising campaign*, le vetrine che molto spesso sono allestite direttamente da artisti.

Le vetrine

Tra tutti gli artisti che hanno lavorato per la comunicazione della moda, il caso che più di altri ha fatto scuola è, non a caso, quello del rappresentante della Pop Art: Andy Warhol. Le vetrine del Bonwitt-Teller di New York, già allestite da Dalì nel 1939, da Johns e Rauschenberg agli inizi degli anni Cinquanta, figurano tra i suoi esperimenti meglio riusciti: Warhol realizza per l'occasione cinque pannelli *Advertisement, Little King, Superman, Before and After* e *Saturday's Popeye*, esposti come sfondo di cinque manichini con abiti e cappelli primaverili. In quegli anni Warhol dà il via alla sua carriera proprio come pubblicitario, percorso che di lì a qualche anno lo conduce a lavorare dapprima per le riviste di moda "McCall's" e "Ladies Home Journal" e in seguito per "Vogue" e "Harper's Bazaar". Questi periodici

fanno di lui il più ricercato illustratore di accessori femminili a New York.

La vetrina diventa un canale di comunicazione molto efficace perché immediato, chiunque può osservare l'arte senza aver manifestato alcun interesse verso di essa. Il processo di 'artificazione' della moda, soprattutto sotto questo aspetto puramente comunicativo, assume così un ruolo sociale di grande portata poiché nello stesso momento in cui la moda pubblicizza sé stessa promuove e veicola la cultura, caricandosi di una grande valore didattico.

Le riviste

Uno dei primi strumenti in grado di collegare arte, *fashion* e pubblicità è stata la rivista di moda. Il giornale è forse il canale favorito attraverso il quale le case di moda pubblicizzano i loro pro-

dotti, proprio perché il contatto con il pubblico, raggiungibile ovunque, è diretto e dinamico: le riviste rapidamente rimpiazzano le *poupées de mode*, ovvero le piccole bambole vestite alla moda che avevano imperversato nelle corti europee sin dal '700, per aggiornare le dame sui nuovi orientamenti. Nel giro di pochi anni le incisioni di moda, diffuse 'in sfilata', cioè rilegate in serie o sciolte all'interno delle riviste, diventano il canale privilegiato per l'informazione del settore.¹¹ Nelle riviste specializzate dell'epoca è possibile trovare due tipologie di immagini, quelle di costume e le incisioni di moda. Le immagini di costume riproducono abiti del passato e costumi nazionali, le incisioni di moda viceversa documentano l'abbigliamento di attualità e le ultime tendenze in fatto di gusto.

146

Secondo Daniel Roche, fin dal Seicento sono pubblicate raccolte di stampe e di incisioni, "vere sfilate di moda",¹² che intendono descrivere l'evoluzione dell'abbigliamento in Francia, ma solo intorno al 1750¹³ queste raggiungono la stessa impostazione di quelle moderne, con l'obiettivo di presentare le collezioni attraverso immagini corredate da testi.

Uno dei più famosi giornali di Francia è sicuramente "Le Journal des dames" che, sotto la guida del direttore Jean-Antoine Lebrun, adotta un metodo originale, grazie al quale gli è possibile resistere alle difficoltà economiche dovute alle censure delle leggi suntuarie che vietano, per ordine del re, l'eccessiva ostentazione del lusso. Il suo segreto è la pubblicità fatta di incisioni, spesso realizzate da celebri artisti. Tra il XVII e il XIX secolo a questo genere di prodotto si dedicano alacramente grandi nomi, quali Callot, Wat-

teau, Le Pautre, Le Clerc, Picart e, grazie al loro contributo, nel corso del Settecento si ha una larga diffusione, quasi un boom, di riviste e grandi collane.

Dopo la Rivoluzione francese si creano le condizioni per una libera diffusione di questa editoria¹⁴ e le riviste giocano sicuramente un ruolo fondamentale per la circolazione di informazioni e aggiornamenti sulla moda tanto che, intorno alla fine del XIX secolo, vengono anche tradotte in lingue diverse.¹⁵

"Vogue": le illustrazioni pubblicitarie del Novecento

Nel 1892 Arthur Baldwin Turnure fonda a New York la rivista di moda destinata ad avere maggior successo non solo negli USA, ma nel mondo: "Vogue". Nel 1909 la testata viene acquistata dal gruppo editoriale Condé Nast che impone delle novità: oltre al passaggio della rivista da settimanale a bisettimanale, aumenta considerevolmente il numero delle pagine dedicate alla pubblicità, dalle trenta iniziali a cento, praticamente il quarantaquattro per cento di spazio aggiuntivo rispetto alle riviste concorrenti, nonostante le tariffe considerate le più alte sul mercato.¹⁶ Le immagini pubblicitarie di "Vogue", così come le covers e le copertine, in linea con la tradizione delle prime riviste francesi, erano disegnate da artisti: superate le incisioni è il disegno libero a raccontare le tendenze.

William Parker spiega che, nel primo periodo di attività della rivista (1909-16), i disegnatori delle copertine risentono dell'influenza dell'arte: "the decorative complexities of William Morris that set

the tone, occasionally the graphic simplicity of Beggarstaff Brothers, or quite often, the glamorous example of Helleu, Boldini, Sargent, and even Dana Gibson".¹⁷ È possibile trovare la stessa influenza artistica anche nei disegni degli illustratori che hanno collaborato con "Vogue" in maniera assidua. Nelle immagini prodotte dagli americani George Wolf Plank, Helen Dryden E.M.A. Steinmetz, Frank X. Leyendecker e Irma Campbell si riconoscono derivazioni artistiche dall'Europa e più in particolare, dalle illustrazioni tipicamente britanniche di Edward Burne-Jones, Walter Crane e Kate Greenaway che, a loro volta,

rimandano ad altri artisti e illustratori attivi a Londra, come Edmund Dulac e Arthur Rackham. La citazione artistica non è mai pedante ma richiama piuttosto l'atmosfera e il gusto del tempo. L'unico in grado di competere con i disegnatori inglesi era, in America, George Wolfe Plank le cui illustrazioni proponevano una ventata dell'atmosfera *fin de siècle* che soffiava in Europa tra Parigi e Vienna, richiamando però, nella ricchezza della decorazione e nelle linee ondulate, le opere di Mucha e Gustav Klimt.

In tempi più recenti le opere pittoriche del cubismo di Picasso e Braque hanno influenzato i di-



Copertina di "Vogue", aprile 1922, Parigi, Bibliothèque nationale de France.



Copertina di "Vogue" disegnata da George Lepape, maggio 1917.

segnatori di "Vogue" Lepape e Benito, ma anche la scultura di Modigliani, Brancusi e le prime opere in bronzo di Matisse¹⁸ lasciano traccia sulle pagine della rivista.

L'immagine pubblicitaria contemporanea: la fotografia

Nonostante l'amore per il disegno, con il tempo la fotografia diventa il mezzo d'espressione più utilizzato. Nasce per essere consumata velocemente, per durare un giorno, una settimana o al massimo una stagione e poi svanire. Per sua natura essa segue i ritmi velocissimi della moda.

Negli anni '30 artisti quali Man Ray e Cecil Beaton, Richard Avedon e Irving Penn – e sono solo alcuni dei nomi – si avvicendano all'obiettivo. Il fotografo di moda diventa un vero e proprio mito, incarnato dalla figura di David Bailey negli anni '60 e, negli anni 2000, da David LaChapelle e Jean Baptiste. Oggi popolano l'Olimpo della fotografia gli scatti di Steven Maisel, Peter Lipp-

mann, Inez and Vinoodh, David Sims e Kevin Tachmann, solo per citarne alcuni.

Negli ultimi anni però capita sempre più spesso che a impugnare la fotocamera non siano più i grandi fotografi di moda, ma gli stessi stilisti. Per le fotografie della mostra *The Little Black Jacket*, dedicata a un classico di casa Chanel, è ad esempio il direttore creativo della maison, Karl Lagerfeld, a realizzare di persona le foto da esporre. Lo stesso dicasi per la campagna pubblicitaria di Dolce & Gabbana P/E 2013 ambientata in Sicilia, qui è proprio uno dei designer, Domenico Dolce, a calarsi nei panni del fotografo. È dunque lo stilista stesso a interpretare le sue creazioni attraverso l'obiettivo e l'immagine pubblicitaria diventa forma di espressione artistica arricchita, e va a completare il significato della collezione.

Moderni studi sulla pubblicità di moda

Il settore delle campagne pubblicitarie offre un campo di studi interessante per quanto riguarda il processo che fin qui si è delineato. È abbastanza frequente infatti che le ADC, ovvero *advertising campaign*, mostrino citazioni d'arte più o meno esplicite, una tendenza così consolidata che esistono studi specifici sul fenomeno.

Uno in particolare è quello di "Engramma", una rivista on-line che si occupa di analizzare la tradizione classica nella memoria occidentale. Tra i diversi temi di ricerca approfonditi dal periodico, ve n'è uno che argomenta proprio la citazione d'arte nelle ADC: *Pubblicità & classica*. A sua volta, la sezione si suddivide in ulteriori cinque categorie sulla base della presenza, più o meno esplicita, della citazione.



La vetrina del negozio Bulgari in via Montenapoleone, *Serpenti Window* disegnati da Zaha Hadid nel 2015, Milano.



149

Abito delle
Sorelle Fontana
fotografato
a piazza
di Spagna,
fontana della
Barcaccia di
Bernini.

La prima, *Presenze del classico*, racchiude tutte quelle pubblicità in cui un'opera o un suo frammento sono usati come protagonisti nell'allestimento pubblicitario. Qui figure e testi celebri, e riconoscibili, del patrimonio artistico occidentale vengono impiegate in forza dell'*auctoritas* del modello classico. Nella seconda, *Pseudo-classici*, sono inserite quelle campagne che integrano elementi di una o più opere classiche, con inserti attuali, connessi allo specifico contesto del messaggio pubblicitario.

La terza categoria, *Allusioni*, include quelle réclame in cui il messaggio pubblicitario allude, in forma rivisitata o modificata, spesso ironica, ad autori, opere o elementi icone della cultura classica. La quarta, *À la manière de*, si riferisce a quella messa in scena pubblicitaria che si avvale di un allestimento che riecheggia, stilisticamente o formalmente, atmosfere di opere classiche attraverso rifacimenti, ispirazioni, ambientazioni e variazioni sul tema. *Archetipi della memoria collettiva* è la quinta e ultima categoria. Al suo interno sono inserite tutte quelle pubblicità in cui forme, idee, temi, simboli appartenenti al DNA culturale riemergono non per citazione di un preciso modello iconografico, ma attraverso latenze.

Dalla raccolta e dal lavoro di analisi e classificazione di questi materiali, è nato il progetto della mostra *Classico Manifesto. Pubblicità e Tradizione Classica*, organizzata dal Centro Studi Architettura, Civiltà e Tradizione del Classico e Triennale di Milano, nel marzo 2008, in collaborazione con ALMED (Alta Scuola in Media Comunicazione e Spettacolo dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano) e con il sostegno di Fondazione Valore Italia.

Il terreno da cui attingere fertili citazioni non è tuttavia soltanto quello classico, la moderna pubblicità estende infatti le sue indagini in tutte le epoche artistiche: da Veruska per Ken Scott presso il Giardino di Bomarzo alla tappezzeria medievale nello Château d'Ecouen che fa da sfondo alle fotografie pubblicitarie di Chanel del 2013, scattate da Karl Lagerfeld a Tilda Swinton, testimonial della collezione *Metiers d'Art Paris-Edimbourg*, ispirata alla tradizione vestimentaria scozzese e a Mary Stuart, regina di Scozia, fino alle pennellate degli impressionisti che colorano le fotografie della campagna realizzata da Dior per l'autunno-inverno 2013. Tra le foto scattate nei giardini della Reggia di Versailles, ve n'è una in cui le pose delle modelle richiamano indiscutibilmente i protagonisti del *Déjeuner sur l'herbe* di Monet. Tra gli scatti per la campagna di Kenzo della collezione A/I 2013 realizzata da "Toiletpaper", rivista fondata dal fotografo Pierpaolo Ferrari e dall'artista Maurizio Cattelan con la direzione creativa di Micol Talso, si trovano invece tracce delle nuvole di Magritte alle quali il giovane creativo Christos Mouchas sovrappone la tela *Le Beau Monde* introducendo così i due modelli all'interno del quadro per uno dei suoi collage in cui si fondono arte e moda, consultabili all'interno dell'archivio on-line di "Ubicouture".

Di chiara influenza fiamminga sono invece le immagini di Valentino per la collezione donna A/I 2013. Le pose delle modelle, gli abiti, le acconciature e il sapiente utilizzo della luce, la cura minuziosa dei particolari, tutto rimanda alla ritrattistica fiamminga. Agli abiti neri si contrappongono i colletti candidi ricamati, i capelli dorati, intrecciati o raccolti, e la carnagione chia-

rissima delle ragazze che si staglia sullo sfondo scuro della foto, quasi un'imprimitura nera, per usare termini tipici del lessico pittorico, che evoca *La ragazza con l'orecchino di perla* di Vermeer; l'utilizzo del blu per i ricami sui capi bianchi, rimanda poi alle tipiche maioliche olandesi visibili ad esempio nella *Lattaia*. A completare la serie di

citazioni vi è la presenza di alcuni scatti raffiguranti nature morte così realistiche da richiamare l'attenzione lenticolare verso il più piccolo dettaglio. Sia alla natura morta che alla ritrattistica si ispira invece Peter Lippmann per la campagna pubblicitaria del 2011 di Christian Louboutin: la *Maddalena penitente* di Georges De La Tour o la



Christian Louboutin, collezione A/I 2011, campagna pubblicitaria ispirata all'opera di James McNeill Whistler, *Arrangement in Grey and Black The Artist's Mother*, 1871, 144 x 162 cm, Parigi, Museo d'Orsay.

Santa Dorotea di Francisco De Zurbaran diventano così protagoniste degli scatti.

Attraverso le citazioni artistiche, più o meno esplicite, presenti nelle fotografie delle campagne pubblicitarie la moda aumenta il proprio prestigio culturale legittimandosi come forma d'arte, e il dialogo tra i due mondi trova spazio nella quoti-

dianità: sui cartelloni pubblicitari che popolano le città, nelle riviste, nei negozi e on-line oltre che nei tradizionali musei o nei luoghi della cultura. La moda non si rende visibile soltanto nelle boutique, ma si fa sorprendere utilizzando una 'pubblicità ad arte', intelligente espressione di marketing indirizzata a un pubblico sempre più vasto e incuriosito.

152



Simon Hennekin, Ann Whytell, *Lay Figure and Wardrobe*, 1769, Los Angeles, LACMA.

Gli Spazi Espositivi. Mostre. Sfilate. Fondazioni

Il sogno dell'artista è comunque quello di arrivare al Museo, mentre il sogno del designer è quello di arrivare ai mercati rionali.

Bruno Munari

La moda come l'arte trova il suo massimo riconoscimento all'interno di appropriate istituzioni culturali con lo scopo di essere tutelata e valorizzata. Il Victoria and Albert Museum di Londra, il Costume Institute di New York, Les Art Decoratives di Parigi e la Galleria del Costume di Firenze sono tra i musei più importanti del mondo dedicati alla storia del costume. Ma l'argomento in questione è semmai cercare di legittimare la presenza della moda all'interno di contesti non propriamente a essa dedicati. Questa tendenza a insediarsi altrove, nello specifico all'interno di luoghi dedicati alla storia dell'arte, genera un cambiamento della percezione da parte della società, e quindi delle organizzazioni culturali, a favore di una nuova immagine della moda intesa come forma d'arte.

La prima manifestazione che si propone di confrontare la ricerca degli stilisti con quella degli artisti contemporanei è la Biennale della moda,¹⁹ tenutasi nel 1996 a Firenze: durante questa manifestazione si inaugurava *Il tempo e la moda (Looking Fashion)*, una mostra suddivisa in sette eventi e ospitata in diversi musei e spazi espositivi della città.

Sotto la direzione artistica di Luigi Settembrini, Ingrid Sischy e Germano Celant, l'esposizione della Biennale fiorentina ruota intorno a due grandi mostre: *Arte/moda* e *New Personal/New Universe* che confrontano le produzioni di nume-

rosi designer con quelle degli artisti più in vista nel panorama internazionale. In *Arte/moda* sette strutture progettate da Arata Isozaki al Forte Belvedere celebrano la creatività di questi nuovi binomi: Gianni Versace/Roy Lichtenstein, Helmut Lang/Jenny Holzer, Azzedine Alaïa/Julian Schnabel, Jila Sander/Mario Merz, Miuccia Prada/Damien Hirst, Rei Kawakubo/Oliver Herring, Karl Lagerfeld/Tony Cragg. *New Personal/New Universe* offre invece la riflessione su quali siano i nuovi confini del corpo umano e dell'universo di oltre trenta tra artisti e stilisti: Robert Mapplethorpe, David Bowie, Cindy Sherman, Kiki Smith, Tony Oursler, Giuseppe Penone, Jurgen Teller, Studio Azzurro, Jake e Dinos Chapman, Ines Van Lamsweerde, Vito Acconci e Giorgio Armani, Vivienne Westwood, Calvin Klein, Alexander McQueen, Yohji Yamamoto, Moschino. La manifestazione propone inoltre l'evento collaterale *Visitor*²⁰ che permette di dislocare gli interventi di una ventina di designer nei principali musei fiorentini.²¹

Si inseriscono ancora quattro mostre: una retrospettiva su Emilio Pucci alla Sala Bianca del Palazzo Pitti, *Bruce Weber, Secret Love* al Museo Salvatore Ferragamo, *Elton John. Metamorphosis* alle Reali Poste degli Uffizi e, infine, una mostra-evento di Michelangelo Pistoletto al Museo d'Arte Contemporanea Luigi Pecci di Prato.

La Biennale raccoglie oltre centomila visitatori e ha un fortissimo impatto di comunicazione a livello internazionale, anche se non mancano le critiche di chi accusa gli organizzatori di non aver creato la giusta sinergia tra artisti e stilisti e di aver inopportunamente equiparato personalità assai diverse.

Manifestazioni come questa hanno aperto la strada alle tante mostre allestite all'interno di istituzioni museali che mescolano arte e abbigliamento e che offrono, attraverso un'accurata ricerca scientifica, una visione comparata dei due mondi.

Mostre di arte e moda

Una delle esperienze riuscite meglio è la mostra *Impressionism, Fashion, and Modernity* allestita all'interno del Metropolitan Museum of Art di New York e dedicata all'arte impressionista e all'abbigliamento dell'epoca. L'aspetto interessante è che l'esposizione, aperta al pubblico dal 26 febbraio al 27 maggio 2013, non è stata allestita nel dipartimento curatoriale del Costume Institute ma in quello dedicato ai dipinti europei.

In tale occasione si è reso evidente il ruolo della moda nelle opere degli impressionisti e dei loro contemporanei: a circa ottanta dipinti di figura sono stati affiancati costumi d'epoca, accessori, figurini, fotografie e stampe che hanno messo a fuoco il rapporto vitale tra moda e arte negli anni cruciali, dalla metà del 1860 alla metà del 1880, in cui Parigi si affermava come capitale mondiale dello stile. Artisti all'avanguardia come Manet, Monet e Renoir colgono il segno della modernità contenuto nella moda, il suo continuo rin-

novarsi è destinato a esercitare un'intensa fascinazione su di loro cosicché lo spirito dell'epoca vive attraverso gli abiti delle persone dipinte e le tele. Gli uomini e le donne ritratti nei teatri, nelle sale da ballo, ai concerti, nei locali frequentati dall'élite parigina, ci mostrano i capi d'abbigliamento più eleganti e alla moda diventando testimoni preziosi di un'epoca e del suo portato.²²

Il mondo della moda cerca di legarsi a quello dell'arte non solo in modo indiretto, cioè attraverso i finanziamenti, ma anche in maniera diretta, organizzando mostre che interessano la maison stessa, evidenziando il proprio rapporto con una data corrente artistica. È il caso di una recente iniziativa promossa da Christian Dior che, nella storica casa-museo del maestro *couturier*, a Granville in Francia, ha organizzato la mostra *Impressions Dior. Dior et l'impressionnisme* per spiegare il rapporto tra lo stilista e la pittura *en plein air*. Aperta al pubblico dal 4 maggio al 22 settembre 2013, l'esposizione fa dialogare più di settanta abiti del maestro con una selezione di opere di artisti come Monet, Degas, Renoir e Berthe Morisot e mostra l'influenza del *pleinairisme* dei pittori impressionisti sulla nascita, nel 1947, del 'New Look' di Dior, tutto ispirato alla forma delle corolle dei fiori che lui stesso osservava nel giardino della sua dimora. Tra le mostre arte/moda più recenti possiamo citare *Marc Chagall, Ottavio Missoni. Sogno e colore* che vede associati il pittore e lo stilista. Aperta al pubblico il 14 aprile del 2017 a Noto, presso l'Ex Convitto Ragusa, sotto la curatela di Luca Missoni, l'esposizione ha avuto, come filo conduttore, il colore dalle tinte accese che trasmette buonumore e trasuda una visione ottimista della vita, un elemento comune a entrambi come



Immagine dall'allestimento della mostra *Gianni Versace. L'abito per pensare*, 14 aprile-21 maggio 1989, Milano, Castello Sforzesco, Sala della Balla.

si evince confrontando le litografie e le acqueforti di Chagall con i quadri tessili e i famosi arazzi patchwork dello stilista.

A darci la misura del traguardo raggiunto dal processo di artificazione ci sono poi mostre che, allestite all'interno dei musei d'arte, hanno per oggetto solo l'abbigliamento: la moda è ormai legittimata a essere esposta da sola, non ha più bisogno di essere accompagnata e confrontata con un'opera d'arte.

Un esempio è la mostra itinerante dedicata alla giacca più famosa del marchio Chanel, *The little black jacket*, partita da Tokyo nell'aprile 2012, è

passata per Dubai, Seoul, Berlino, Parigi, Sidney, Mosca, Londra, Hong Kong, Taipei, New York e, naturalmente, Milano e si è conclusa a Singapore nel novembre 2013. La giacca, esposta nei musei e nelle gallerie più importanti del mondo, è stata presentata alla Rotonda della Besana, a Milano, uno spazio generalmente dedicato agli eventi culturali, mentre a Parigi è scelto il Grand Palais.

O ancora, la mostra *Couture-Sculpture. Azeldine Alaïa in the History of Fashion* che, nel luglio del 2015, ha trasformato le sale della Galleria Borghese di Roma nello showroom dello stilista franco-tunisino. Gli abiti esposti condividevano lo

spazio con statue di Bernini, Canova e Caravaggio, suscitando lo scetticismo di storici dell'arte come Tomaso Montanari non proprio convinti che il luogo fosse del tutto coerente con il tema della mostra.²³

In conclusione, possiamo registrare un aumento significativo di mostre in cui arte e moda comunicano tra di loro e, molto spesso, queste vengono allestite all'interno delle realtà museali. Una scelta ragionata perché in linea con la strategia attraverso la quale la *Haute Couture* vuole vedersi riconosciuta come forma d'arte.

Sfilate 'culturali'

Un altro fenomeno in linea con il processo di trasformazione qui delineato è quello delle sfilate di moda all'interno dei luoghi della cultura. Nel nostro paese si è manifestato già nel 1955 quando la Sala Bianca di Palazzo Pitti a Firenze ha ospitato le collezioni dei più grandi stilisti della scena italiana. Il rapporto della moda con i luoghi dell'arte crea variabili infinite di possibili combinazioni, può accadere addirittura che una casa di moda scelga un museo d'arte per la presentazione di una nuova collezione, come accaduto per Fendi al MAXXI, ma la moda italiana 'espone' anche nei musei del mondo.

Furla, celeberrimo marchio bolognese di pelletteria, ha presentato la collezione P/E 2014 nella galleria Horyuji Treasures all'interno del Museo Nazionale di Tokyo. Per l'occasione, in sede di discorso di apertura, Giovanna Furlanetto ha precisato che il Giappone rappresenta in assoluto il primo mercato di vendita dell'azienda, seguito naturalmente dall'Italia.

Eppure l'evento di moda italiano più famoso mai realizzato in un museo straniero è quello che vede protagonista la maison Ferragamo. La sfilata di moda, avvenuta il 12 giugno 2012, ha avuto come scenografia il museo d'arte più celebre al mondo: il Louvre di Parigi.

Per l'organizzazione dell'evento,²⁴ che ha fatto da corollario al successo della mostra in cui veniva esposta la *Sant'Anna*, capolavoro di Leonardo da Vinci, il gruppo fiorentino ha investito un'ingente somma di denaro e si è attenuto alle rigide condizioni imposte dal museo francese, affinché la serata avesse un impatto minimo per la prestigiosa sede. Il rumoroso *backstage* dell'evento è rimasto fuori dalle mura, per non contaminare il silenzio che avvolgeva le sale attigue contenenti i capolavori dell'arte antica, mentre i novanta tecnici dello staff (in tutto 250 persone) hanno dovuto garantire la possibilità allestire e disallestire il tutto nel giro di due giorni. E la passerella era in vetro, lunga centoquaranta metri: di gran lunga superiore alla misura media.

Altrettanto spettacolare la sfilata di Fendi, nel luglio 2016, all'interno della Fontana di Trevi a Roma. Dopo aver finanziato il restauro della fontana come gesto d'amore verso la Città Eterna che l'ha vista nascere, la maison, per festeggiare i suoi novanta anni di attività, ha offerto uno spettacolare evento-show: *Legend and Fairytales* in cui le modelle, nel loro incedere su una passerella trasparente, sembravano sfiorare il pelo dell'acqua, creando una magica suggestione di continuità artistica con l'architettura circostante.

Anche Valentino, nel luglio 2015, ha dato vita al progetto *Mirabilia Romae*, una mostra diffusa di capi d'Alta Moda all'interno di palazzi storici della



Chanel, Haute Couture A/I 2011, sfilata presso il Grand Palais, Parigi.

capitale, antiche biblioteche e studi d'artista, per celebrare il legame creativo tra la casa di moda e la Città Eterna, sua principale fonte d'ispirazione.

Sulla stessa linea il Victoria and Albert Museum ha aperto le porte delle sale museali alle sfilate di moda. *Fashion in Motion* è il titolo dell'iniziativa dedicata agli eventi di moda, in cui hanno sfilato dal vivo le collezioni dei designer del nostro tempo, che hanno avuto la rara occasione di mostrare le proprie creazioni in uno scenario assolutamente esclusivo.

Il primo di questa serie di eventi aperti al pubblico ha avuto luogo il 6 dicembre 2013 quando la collezione del duo Edward Meadham and Benjamin Kirchhoff è stata presentata agli spettatori,

provvisi di regolare biglietto, in quattro orari diversi: alle quindici, diciassette, diciannove e ventuno, quasi fosse una forma di spettacolo. Gli stilisti hanno dichiarato con entusiasmo: "We are very pleased to be involved with the V&A's Fashion in Motion series. When approaching every collection or garment we secretly hope to make something worthy of being seen in a museum, so for us it is an honour to present a show comprised of hand-picked pieces from our favourite collections".

Il nuovo trend di organizzare *défilés* all'interno di spazi istituzionali nazionali ha invaso anche la terra francese. Una delle sedi preferite in assoluto dai grandi stilisti sembra essere il Grand Palais di Parigi,

Fendi,
collezione A/I
2016-17, Roma,
fontana di Trevi,
sfilata-evento per
festeggiare i 90
anni della maison.



uno dei musei d'arte più importanti della città.

Dal 2006, dopo la riapertura della navata principale dell'edificio, diversi *couturiers* hanno deciso di presentarvi le loro collezioni. Uno dei più fedeli è, senza dubbio, Karl Lagerfeld, direttore creativo della maison Chanel che, proprio dal 2006, ha qui presentato sistematicamente il suo lavoro. Sia per il prêt-à-porter che per la *Haute Couture* sfilate fantasiose e scenografici allestimenti vengono ambientati nella navata del museo. Per la collezione P/E 2008, le modelle uscivano dalla classica giacca Chanel, riprodotta in dimensioni monumentali al centro della navata. Durante la sfilata autunno-inverno della collezione *ready-to-wear* 2008/09, gli accessori-feticcio della casa di moda, come la borsa trapuntata, la giacca di tweed, le camelie e le scarpe *bicolor*, sono stati collocati all'interno di una gigantesca giostra di gioielli, attorno alla quale ruotava lo spettacolo. Più di recente, per il prêt-à-porter P/E 2011 è stato allestito un raffinato giardino alla francese lungo il pavimento della navata centrale, mentre per l'evento A/I 2011/12, i modelli hanno fatto la loro comparsa su terreni vulcanici, nel bel mezzo di una foresta nebbiosa. Si potrebbero citare tanti altri esempi di straordinaria efficacia creativa come la sfilata *Haute Couture* A/I 2011/12 avvenuta in una suggestiva Place Vendôme, riedificata sotto il tetto di vetro del Grand Palais, e ancora, per il prêt-à-porter P/E 2012 gli ospiti sono stati immersi in una decorazione bianca, simile a un fondale marino abitato da conchiglie e pesci enormi.

Nulla sembra poi fermare la fantasia dei progettisti che, in occasione della sfilata di Alta Moda P/E 2012, hanno collocato il prestigioso

pubblico invitato allo show all'interno di una cabina d'aereo riallestita per l'occasione, nella galleria sud-ovest dell'edificio. Quest'ultimo evento ha avuto luogo durante la settimana della moda parigina e il Grand Palais, dal gennaio 2012, si è definitivamente affermato come punto di riferimento principale delle sfilate. Case di moda come Dries Van Noten, Hermès, Armani, Elie Saab, Yves Saint Laurent e altre hanno presentato le collezioni nella galleria sud-est del museo, recentemente restaurata: un luogo la cui magia ha contribuito a esaltare il virtuosismo dei grandi designer.

Per concludere, l'ultima sfilata di casa Chanel sembra racchiudere davvero il senso di come la moda stia occupando fisicamente gli spazi museali e lo faccia come forma d'arte a tutti gli effetti. Anche lo stilista prende parte attiva in questa mutazione: la collezione *ready-to-wear* 2014 ha avuto luogo all'interno del Grand Palais, in una fittizia galleria d'arte alle cui pareti erano disposte opere realizzate da Karl Lagerfeld. Il direttore creativo della maison ha dichiarato, infatti, al giornalista di "Vogue", Hamish Bowles, che lui stesso ha realizzato le opere esposte e le ha presentate come lavori di altri artisti. Secondo il cronista quanto avvenuto potrebbe essere stato ispirato da un progetto che casa Chanel stava realizzando in collaborazione con l'architetto e decoratore Peter Marino. Questi, infatti, stava reclutando giovani artisti con il fine dar vita a opere d'arte in aperto dialogo con gli accessori totem del *brand*, da esporre in tutte le boutique del marchio francese. Da questo dialogo tra arte e moda sembra abbia tratto ispirazione il *couturier* per la realizzazione delle sue opere.

Società e fondazioni

Io collaboro con gli artisti, ma nel loro settore, mai nel mio...

Miuccia Prada

Se molti stilisti sono entrati nei musei a pieno titolo, con mostre antologiche dedicate al loro lavoro sartoriale/artistico, dagli anni Novanta si assiste a un ulteriore fenomeno che vede ancor più salda la congiuntura arte-moda. Si tratta di prestigiose griffe che promuovono la sperimentazione dell'arte contemporanea e la sostengono investendo attraverso apposite fondazioni. Una situazione che si manifesta in particolar modo in Italia dove, nel giro di un decennio, sono sorte molte fondazioni di moda per l'arte contemporanea, da cui numerosi eventi collaterali, quali premiazioni e nascita di spazi alternativi.²⁵

Le fondazioni d'arte rivestono in Italia un ruolo centrale e si collocano accanto alle realtà museali istituzionali con un modello di business che, nel corso degli anni, si è notevolmente modificato. L'evoluzione ha comportato il passaggio da semplici forme di mecenatismo a una struttura giuridica ben definita, in grado di coniugare risorse private e finalità pubbliche. Solitamente la fondazione è un ente privato, senza scopo di lucro e dotato, nella maggior parte dei casi, di un patrimonio e di un organo di governo, con l'obiettivo principale di utilizzare al meglio i mezzi finanziari a disposizione.

Va sottolineato come tra queste ve ne siano alcune nate come nervatura culturale di rinomate griffe: a istituzioni come queste si devono progetti di valorizzazione e promozione della nuova scena artistica, nazionale e internazionale.

160

Le fondazioni di moda per l'arte

Molteplici sono i fattori che determinano il costituirsi di una fondazione. In alcuni casi esse nascono per iniziativa di un artista o della sua famiglia che, oltre a raccogliere un nucleo costitutivo di opere di proprietà, come ad esempio le fondazioni Pomodoro e Merz, intendono proporsi come poli di riferimento per il progresso dell'arte contemporanea. In altri casi, come per le fondazioni create dalle case di moda, c'è il desiderio del designer di condividere con il pubblico le collezioni messe insieme nel corso di una vita o, più

semplicemente, quello di promuovere l'arte contemporanea, creando spazi e concorsi per giovani artisti.

In modo particolare, le fondazioni d'arte legate a una maison non rappresentano altro che il senso artistico del proprietario della casa di moda che le ha create.

Fondazione Biagiotti Cigna

Nell'Urbe, dove è stata pioniera Laura Biagiotti con i restauri delle fontane di piazza Farnese del 2007, si registrano le sovvenzioni

di Fendi per le fontane di Trevi e del Gianicolo, per quella del Mosè, per il Ninfeo del Pincio e per la fontana del Peschiera, analogamente quella di Tod's per il Colosseo e quella di Bulgari per Trinità dei Monti. Anche Venezia vanta il suo mecenate e alcuni dei suoi monumenti risplendono grazie a Renzo Rosso e al suo gruppo OTB, cui fanno capo i brand Diesel, Maison Margiela, Marni, Paula, Cademartori, Viktor&Rolf.

Il mecenatismo, tuttavia, fa parte del DNA di Laura Biagiotti che, assieme al marito, ha raccolto il nucleo più importante di opere futuriste di Giacomo Balla, ora appartenenti alla Fondazione Biagiotti Cigna. La collezione è stata messa in mostra nel 1996 al Museo Puškin di Mosca e, nel 1998, a Roma, nel Chiostro del Bramante; il monumentale arazzo *Genio Futurista* di Balla, fondamentale opera dell'artista, è stato poi esposto grazie alla generosità della Biagiotti, nel Padiglione Italia all'Expo 2015 di Milano.

La stilista ha anche restaurato, con il contributo dei suoi profumi, la michelangiolesca Cordonata Capitolina del Campidoglio; dal 1999 ha siglato un accordo con il Piccolo Teatro di Milano dove sfilano tuttora, in esclusiva, le sue collezioni. Nel 2003, sempre attraverso il marketing dei suoi profumi, la stilista ha donato al teatro La Fenice di Venezia, distrutto da un incendio, un nuovo Grande Sipario.

Alla maison si deve anche la creazione di Biagiotti Progetto Arte, uno spazio dedicato all'arte contemporanea nato nel 1997, a Firenze, con la vocazione di promuovere giovani artisti contemporanei; prima galleria e, dal 2012, fondazione privata no-profit.

Fondazione Pinault

François-Henri Pinault, imprenditore francese e proprietario del gruppo Kering (prima conosciuto come PPR, Pinault-Printemps-Redoute) ha sviluppato il lavoro iniziato dal padre fino a creare una holding multinazionale. Questa, oggi, comprende un gruppo di marchi (divisione lusso, divisione sport & lifestyle e retail) distribuiti in centoventi paesi. Fanno capo a Pinault Gucci, Bottega Veneta, Saint Laurent, Alexander McQueen, Balenciaga, Brioni, Christopher Kane, McQ, Stella McCartney, Sergio Rossi, Dodo, Pomellato, Puma e tanti altri.

È interessante notare che il magnate possiede inoltre una delle case d'asta più importanti al mondo: Christie's, una fondazione per l'arte contemporanea che porta il suo nome e tre incredibili sedi espositive quali Palazzo Grassi, il Teatrino e Punta della Dogana, tutte situate a Venezia.

Palazzo Grassi, anche dopo l'acquisto di Pinault nel maggio 2005, continua a presentare mostre dedicate all'arte e alla storia delle grandi civiltà, come quando era di proprietà di Gianni Agnelli; Punta della Dogana, storica sede doganale della città, ospita attualmente mostre di opere dalla collezione di François Pinault. L'edificio, particolare e caratterizzante, cambia così funzione per la prima volta nella sua storia: il 9 giugno 2009, abbandonati i traffici commerciali, diventa centro di alcune fra le più significative esposizioni contemporanee, luogo d'elezione per un'ampia condivisione pubblica, grazie a un importante progetto di riqualificazione voluto dalla François Pinault Foundation.

Fondazione Louis-Vuitton

In una sorta di rivalità rispetto a 'Monsieur' Pinault, il connazionale Bernard Arnault è l'imprenditore francese che controlla il 47% di LVHM (Moët Hennessy Louis Vuitton), la maggioranza di Christian Dior S.A., di cui è anche presidente e amministratore delegato, e poi Donna Karan, Marc Jacobs, Givenchy, Kenzo, Celine, Emilio Pucci e molti altri. Secondo la classifica di "Forbes", è uno degli uomini più ricchi al mondo, ma è anche un grande appassionato d'arte e molti dei suoi investimenti sono in questo settore. A lui si deve l'apertura, nell'ottobre del 2006, della Fondation Louis-Vuitton pour la Création. La collezione Arnault non è, secondo il parere degli specialisti,²⁶ in grado di rivaleggiare con quella di Pinault, almeno al momento, anche se sia la sede di LVHM che l'Espace Louis-Vuitton degli Champs-Élysées, inaugurato con una magniloquente performance di Vanessa Beecroft, presentano significativi esempi d'arte contemporanea, da Yves Klein a Matthew Barney, a Doug Aitken fino alla famosa *Ballata di Trotski* di Maurizio Cattelan – che, guarda caso, destava l'interesse di Pinault – acquistata nel maggio 2004 per oltre due milioni di dollari.

La Fondation Louis-Vuitton, come si legge dal sito della maison, è stata aperta a Parigi nel 2014 all'interno di una struttura architettonica ideata dall'archistar Frank Gehry.

Pienamente attivo, l'Espace Louis Vuitton degli Champs-Élysées, la cui sede principale è a Parigi, conta ben quattro filiali in Oriente: Tokyo, Hong Kong, Taipei e Singapore. Il primo giugno del

2013 la fondazione ha inaugurato, forse non del tutto casualmente, il suo primo spazio in Italia, nella suggestiva cornice di Venezia dove è presente anche la Fondazione Pinault.

Where should Othello go? - Dove dovrebbe andare Otello? - si chiama così la prima mostra all'Espace Louis Vuitton di Venezia, inaugurata con un vernissage in concomitanza con l'apertura della Cinquantacinquesima Biennale d'arte. L'esposizione ha anticipato il tema destinato a caratterizzare lo spazio negli anni a seguire ovvero il dialogo, creato da un artista contemporaneo, tra due opere: la sua e una proveniente dal patrimonio storico-artistico veneziano. La mostra si è proposta di dare particolare risalto a un tema – caro alla storia dell'arte veneziana – legato al celeberrimo dramma di Shakespeare, *Otello*, trasposto in musica da Rossini. Ne è nato un originale colloquio fra il quadro *La Morte di Otello*, dipinto da Pompeo Marino Molmenti nel 1879, restaurato grazie al sostegno della Fondazione Louis Vuitton e un'opera contemporanea, *Strawberry-Ecstasy-Green*, ideata appositamente per l'evento dallo statunitense Tony Oursler, noto per le sue installazioni di video proiettati su forme scultoree. In occasione della Biennale le proiezioni sono avvenute su sculture di vetro e il dialogo si è allargato alla tradizione dei vetrai di Murano.

La mostra è stata resa possibile dalla *partnership* fra Vuitton e la fondazione MUVE (Musei Civici di Venezia) il cui lavoro congiunto è stato finalizzato al restauro di opere storiche veneziane da porre in rapporto dialogico con nuove creazioni contemporanee negli spazi culturali della Fondazione Vuitton.

Fondazione Nicola Trussardi

La Fondazione Nicola Trussardi è un'istituzione no-profit per la diffusione della cultura contemporanea nata a Milano nel 1996. Beatrice Trussardi presiede la fondazione dal 1999 e, nel 2002, nomina come direttore artistico Massimiliano Gioni. Nel gennaio 2003, dopo anni di attività espositiva, la Fondazione Nicola Trussardi lascia Palazzo Marino alla Scala per portare l'arte contemporanea direttamente nella città, in cerca di nuove occasioni di scambio.

La fondazione lavora alla realizzazione di mostre dedicate ai maggiori esponenti dell'arte contemporanea; l'offerta culturale spazia dai video onirici di Pipilotti Rist all'arte ambientale dell'artista americana Agnes Denes ma si va anche nel segno della conservazione e della valorizzazione del patrimonio culturale architettonico. La fondazione restaura e porta al centro dell'attenzione generale alcuni palazzi storici milanesi come Palazzo Litta, Palazzo Dugnani e Palazzo Citterio allo stesso tempo invita artisti di fama internazionale a realizzare opere nuove e ambiziose, appositamente concepite.

Attraverso questo tipo di mostre, cittadini e visitatori riscoprono le meraviglie dell'architettura antica, spazi fruibili per merito dell'energia che gravita intorno all'arte contemporanea.

La Tate Modern di Londra, la Kunsthhaus di Zurigo, la Biennale di Venezia sono alcune delle istituzioni con cui la Fondazione Nicola Trussardi ha attivato collaborazioni, una strategia necessaria affinché la voce dell'arte contemporanea possa avere un'eco internazionale.

Fondazione Furla

La Fondazione Furla è il risultato di un percorso culturale e progettuale iniziato nel 2000 con l'istituzione del Premio Furla per l'Arte. Nasce nel 2008, per volontà del presidente di Furla S.p.A. Giovanna Furlanetto, con la finalità di garantire e dare continuità ai progetti di Furla in campo culturale permettendone così lo sviluppo e il rafforzamento internazionale. A occuparsi della curatela della fondazione e del premio Furla, dal 2000 al 2015, è Chiara Bertola, critico d'arte e curatrice professionale che, dal 2016, entra a far parte del comitato scientifico continuando così a essere coinvolta nelle sue attività.

L'attenzione della fondazione esplora diversi campi della creatività, dall'arte al *fashion design*, a sostegno dei giovani talenti che non trovano vie, luoghi e possibilità per emergere.

La sede della fondazione è a Bologna, all'interno di un'antica barchessa del Settecento: uno spazio rilevante di oltre cinquecento metri quadri, su due livelli, concepito con finalità espositive per divenire luogo di confronto sulla contemporaneità.

Un proficuo risultato del lavoro della fondazione è derivato dalla collaborazione con artisti contemporanei, per la realizzazione di pezzi da collezione destinati alla vendita e firmati Furla. È l'esempio della *Candy bag Opera* realizzata da Sissi, artista vincitrice del premio Furla nel 2002. Il bauletto si presenta come il risultato di un viaggio – tutto italiano – fra arte, creatività e innovazione. Emblema principe della performance *Candy-brisima*, ideata da Sissi, *Opera* racchiude in sé la filosofia dell'artista, che concepisce la moda come una mescolanza continua di emozioni personali.

Il Premio Furla per l'Arte nasce invece nel 2000, in collaborazione con la Fondazione Querini Stampalia di Venezia, organizzato dalla Fondazione Furla insieme alla Fondazione Carisbo e il MAMBO, Museo d'Arte Moderna di Bologna. Il premio, curato da Chiara Bertola, è stato concepito per dare maggiore visibilità, valorizzazione e sostegno agli artisti italiani emergenti, e con l'obiettivo specifico di fornire una panoramica esaustiva della creatività contemporanea. Gli artisti presenti in ogni edizione esprimono la molteplicità dei linguaggi dell'arte contemporanea, dal video alla fotografia, dalla pittura alle installazioni, dalle performance alla scultura. A ogni edizione corrisponde una diversa immagine grafica, ideata di volta in volta da un artista di fama internazionale, che diviene, con il suo contributo, padrino del premio. In questi anni si sono succeduti Joseph Kosuth, Ilya Kabakov, Lothar Baumgarten, Michelangelo Pistoletto, Kiki Smith, Mona Hatoum, Marina Abramovic, Christian Boltanski e Jimmie Durham.

La Fondazione Furla però non si occupa esclusivamente di arte tantoché, nel 2007, è nato il Talent Hub, un vero e proprio centro di promozione dei nuovi talenti del *fashion design*.

Con l'istituzione del Talent Hub, l'azienda si trasforma da committente ad attivatore culturale e sociale, offrendo la possibilità a giovani stilisti emergenti di firmare, assieme al marchio, una collezione. È un punto di arrivo, infatti, per i nuovi talenti emergenti il vedere la propria borsa, o le proprie scarpe, sotto i riflettori delle vetrine selezionate tra gli oltre trecento negozi Furla nel mondo: in esclusive boutique e nei prestigiosi *departments store* internazionali; o nei redazionali

delle riviste più influenti.

Il progetto Furla Talent Hub nasce con il lancio di quattro stilisti: Courtney Crawford, Max Kibardin, Alice e Lisa Ferrari per Maricò e Nicole Brundage, già noti agli addetti ai lavori perché vincitori del concorso Who's on Next, ideato da AltaRoma in collaborazione con Franca Sozzani, direttore di "Vogue Italia".

Dal 2016, in un'ottica di rinnovamento, la Fondazione Furla ha iniziato un nuovo percorso sotto la direzione artistica di Bruna Roccasalva e Vincenzo de Bellis, fondatori del centro d'arte indipendente Peep-Hole, istituendo nel 2017 il progetto Furla Series che consiste nella produzione di mostre ed eventi dedicati ad alcuni tra i più significativi artisti nazionali e internazionali, realizzati in collaborazione con le massime istituzioni d'arte italiane.

Un'azienda come Furla, che fa del Made in Italy il proprio punto di forza, continua ad accompagnare e sostenere giovani talenti, desiderosi di vedere riconosciuta la propria creatività a livello internazionale: la fondazione del marchio bolognese è senza dubbio una dei migliori esempi italiani di promozione del talento giovanile nel campo della moda.

Fondazione Prada

La Fondazione Prada nasce come riprogettazione di PradaMilanoArte, uno spazio espositivo dedicato alla scultura contemporanea fortemente voluto da Miuccia Prada e Patrizio Bertelli. Nel 1995 PradaMilanoArte, in seguito a una riorganizzazione, si trasforma nella Fondazione Prada e i due fondatori, assieme al cura-

tore e storico dell'arte Germano Celant, pianificano il nuovo corso dell'istituzione focalizzato sull'interesse condiviso per l'arte, la fotografia, il cinema, il design e l'architettura. Invece di esporre opere già presenti negli atelier, la fondazione incoraggia la formazione di progetti che gli artisti concepiscono proprio per i suoi spazi e che vengono esposti ogni anno in due mostre accompagnate dalla pubblicazione di cataloghi scientifici e di libri d'artista. Spazi che, negli anni, si sono allontanati dalla sede milanese, un edificio industriale dismesso e recuperato, per sbarcare a Venezia.

Nel 2011 la Fondazione Prada annuncia, infatti, l'apertura di una nuova sede espositiva a Cà Corner della Regina, un prestigioso palazzo settecentesco affacciato sul Canal Grande che la Fondazione Musei Civici di Venezia ha messo a disposizione per circa un decennio.

Gucci Museo

La maison Gucci dedica ampie attenzioni al mondo dell'arte ma lo fa, senza servirsi di una fondazione, attraverso il proprio museo situato nel cuore di Firenze, in omaggio alla città in cui ha avuto origine il marchio. Situato in piazza della Signoria, nel Palazzo della Mercanzia accanto a Palazzo Vecchio, il museo è stato progettato dal direttore creativo di Gucci, Frida Giannini. Il Gucci Museo è uno spazio che racchiude la collezione permanente dell'archivio Gucci, costituito da un'immensa collezione di capi prêt-à-porter, accessori, oggetti, documenti e foto, affiancata da numerose installazioni d'arte contemporanea, selezionate con il supporto della Fondazione Pinault.

Nel 2013, all'interno del Contemporary Art Space, è stata presentata una mostra su Joana Vasconcelos con quattro lavori esemplari dell'artista portoghese: *Red Independent Heart* e *Hand Made* del 2008, *Psycho* del 2010, *Lavoisier* del 2011; in precedenza erano state esposte opere di Cindy Sherman, risalenti ai primi anni della sua ricerca.

La maison Gucci sostiene inoltre la Dia Art Foundation, un'organizzazione no-profit fondata nel 1974 e riconosciuta a livello internazionale, che ha avviato e sostenuto progetti di recupero preservando importanti opere d'arte.

Fondazioni Fendi

Sono cinque le figlie di Edoardo Fendi e Adele Casagrande: Paola, Anna, Carla, Franca e Alda. A quest'ultima, a Carla e a Silvia Venturini Fendi, figlia di Anna, si deve l'istituzione di tre importanti realtà culturali: la Fondazione Carla Fendi, la Fondazione Alda Fendi-Esperimenti e AltaRoma.

Fondazione Carla Fendi

La Fondazione Carla Fendi nasce nel 2007 con lo scopo principale di preservare i valori e i beni culturali del passato, garantirne la continuità e la crescita nel futuro. Con questo scopo la fondazione promuove eventi muovendosi nel campo dell'arte, della letteratura, del cinema, della moda, dell'ambiente e del sociale. Facendo leva sul mecenatismo della fondatrice, e presidente, assiste numerosi enti, assume inoltre sponsorizzazioni, istituisce borse di studio e fa donazioni negli ambiti in cui vengono individuati obiettivi d'interesse comune.

Fondazione Alda Fendi-Esperimenti

La Fondazione Alda Fendi-Esperimenti nasce invece nel 2001 per produrre sperimentazioni artistiche in assoluta libertà creativa e per mezzo di una grande varietà di linguaggi.

La Fondazione, gestita da Alda insieme alle figlie Giovanna e Alessia Caruso Fendi, sostiene il lavoro degli artisti e lo fa proponendo progetti gratuiti, per avvicinare il pubblico, in tempi di crisi, alla ricerca contemporanea, distaccandosi dalla vocazione per la moda *tout court* dell'azienda di famiglia. Nella minimale sede della fondazione, gli artisti di ogni età e nazione possono esprimersi traendo ispirazione dal vicinissimo Arco di Settimio Severo, dal Tempio delle Vestali e dagli altri monumenti dei Fori Imperiali.

166

AltaRoma

Silvia Venturini Fendi, direttore artistico degli accessori della maison e figlia di Anna Fendi, è anche la fondatrice di AltaRoma, centro propulsore della *Haute Couture* italiana e nuova piattaforma di lancio per i designer emergenti, sinonimo di tradizione e sperimentazione.

Dalla promozione del Made in Italy alla tutela dei valori artigianali che hanno reso Roma celebre nel mondo, l'intento programmatico di AltaRoma si concretizza nella valorizzazione delle eccellenze sartoriali del nostro paese, fino alla *neocouture*, come definizione di un nuovo linguaggio, luogo d'incontro tra tradizione, ricerca e avanguardia in uno scenario internazionale dove si fondono arte, moda e cultura.

La *mission* della società si concretizza in AltaRomAltaModa, la settimana della moda capitolina che, con due appuntamenti annuali a gennaio e a luglio, crea molteplici occasioni di incontro tra le storiche maison italiane e le nuove realtà produttive e creative internazionali.

Un'importante testimonianza della sinergia tra arte e moda si evince da un particolare progetto della società A.I. – Artisanal Intelligence – una piattaforma nata per unire arte, artigianato e moda in nome del Made in Italy.

A prescindere dalle diverse fondazioni e società nate per volontà della famiglia Fendi, è importante ricordare la loro attività di mecenatismo. Il "Sole24Ore", nei primi mesi del 2013, annunciava che Fendi avrebbe finanziato, nella capitale, il restauro della Fontana di Trevi e del complesso delle Quattro Fontane. Per l'intervento sulla Fontana di Trevi, la maison ha donato circa due milioni e centottantamila euro, mettendo in atto un'operazione di puro mecenatismo culturale.²⁷ Una donazione che sottintende una chiara strategia di marketing poiché è innegabile l'eco e il ritorno di immagine derivanti da questo tipo di dinamiche, un'operazione di certo non sconveniente per una griffe importante come Fendi; finanziamenti di tale entità sono del resto vitali per la salvaguardia e la valorizzazione dei nostri beni culturali.

Fondazione Micol Fontana

La Fondazione Micol Fontana è un'associazione no-profit istituita nel 1994 con sede a Roma.

Micol Fontana, con la fondazione che porta il suo nome e di cui è presidente, ha dato vita a un progetto dedicato al mondo della moda con

l'obiettivo di diffondere il patrimonio storico-artistico e culturale della maison aprendo la sede a studenti e visitatori. Vi si organizzano visite guidate, corsi di Alta Moda e seminari tenuti da docenti di comprovata esperienza, arricchiti da preziosi interventi di Micol Fontana. Oltre alle lezioni sono previsti momenti di lavoro pratico, al termine del percorso e alla presentazione degli elaborati segue il rilascio di un attestato di frequenza.

La fondazione si propone di trasferire ai giovani la memoria storica di uno dei più illustri atelier italiani. Per attrici come Elizabeth Taylor, Audrey Hepburn, Ursula Andress e Ava Gardner e per illustri personaggi come Jacqueline Kennedy, Grace di Monaco, Soraya di Persia e le principesse di casa Savoia furono creati abiti magnifici, oggi esposti all'interno della fondazione. Tra i più famosi, quello per Linda Christian, in occasione delle sue nozze con l'attore di Hollywood Tyron Power.

Nel corso della loro lunga attività, le sorelle Fontana si sono occupate anche di arte contemporanea con progetti assolutamente innovativi come quello di fondere arte e moda. Sono presenti, infatti, nell'archivio della fondazione due abiti: uno realizzato con un tessuto stampato da Mocchetti tratto dall'opera pittorica di Eliano Fantuzzi, il secondo realizzato con tessuto stampato da Bedetti e Bedraglio che riprende un'opera di Nuvolo.

Fondazione Ken Scott

Di origine americana, George Kenneth Scott, in arte Ken Scott, come già illustrato precedente-

mente nel testo, è stato uno dei protagonisti della moda italiana e internazionale degli anni Sessanta-Settanta. La grande passione per l'arte e la pittura lo portano a iscriversi prima alla Parson School of Design e poi alla Moses Soyer di New York. Inizia la sua attività artistica come pittore, sostenuto da Peggy Guggenheim, organizzatrice della sua prima personale e, successivamente, come creatore di *pattern* su tessuti. Il successo lo porta in Europa quindi a Milano, dove fonda il marchio Falconetto specializzato nel tessile stampato per l'arredamento. Attraverso il disegno approda al prêt-à-porter e i suoi bouquet di fiori, realizzati nelle stamperie della provincia di Como, segnano i 'Sixties' e si impongono come un vero e proprio cult negli anni Settanta. Modelle, attrici, reali, hippie: tutti sono stretti nell'abbraccio floreale dell'artista.

Oggi quello spirito e quell'idea del colore e dello stampato continuano a vivere grazie alla Ken Scott Foundation, creata dallo stilista nel 1989, che custodisce e utilizza tutto il materiale dell'archivio storico al fine di promuovere e valorizzare lo stile del 'giardiniere della moda' nel mondo della cultura.

In conclusione, si può certamente dire che il sostegno della moda nei confronti delle arti è diventato imprescindibile: giovani creativi e importanti enti culturali, come i musei, si nutrono di finanziamenti e sponsorizzazioni provenienti dal settore del lusso per la realizzazione di opere ed esposizioni. La collaborazione tra arte e moda, cui si aggiunge la condivisione degli spazi espositivi, ha generato una nuova visione in cui i confini tra le due discipline non sono più così netti, ma tutto si riassume in un'osmosi di creatività.

- ¹ D. CRANE, *L'artificazione parziale dei mondi della moda*, in PEDRONI, VOLONTÈ, (a cura di), *Moda e arte*, Milano, Franco Angeli, 2012, p. 105. Il saggio *L'artificazione parziale dei mondi della moda* è stato pubblicato con il titolo *Boundaries* all'interno del volume *Fashion and Art*, a cura di Adam Geczy e Vicky Karaminas (Berg 2012). Una prima visione di questo contributo è stata presentata al convegno *Moda e Arte*, svoltosi presso l'Università Cattolica di Milano il 9 maggio 2008.
- ² R. SHAPIRO, *Art et changement social: l'artification* in P. LE QUÉAU (a cura di), *Vingt ans de sociologie de l'art: bilan et perspectives*, Paris, L'Harmattan, 2007, vol. 2, pp. 129-136.
- ³ D. CRANE, op. cit., p. 113.
- ⁴ T. VEBLEN, *La teoria della classe agiata*, Torino, Einaudi, 2007.
- ⁵ Intervista di Bebbe Severgnini a Miuccia Prada per il "Corriere della Sera" (6 maggio 2012), http://www.corriere.it/cronache/12_maggio_06/prada-abiti-arte-severgnini_3e72e2dc-975b-11e1-9a56-d67dd7427f23.shtml (consultato il 23 ottobre 2017).
- ⁶ MARSANO, 2006, op. cit., p. 619.
- ⁷ M. BECCARIA, *Vanessa Beecroft. Performances 1993-2003*, Milano, Skira, 2003.
- ⁸ G. CALÒ, D. SCUDERO, *Moda e Arte. Dal Decadentismo all'ipermoderno*, Roma, Gangemi, 2009, p. 224.
- ⁹ C.M. MORES, *Da Fiorucci ai guerrilla stores. Moda, architettura, marketing e comunicazione*, Venezia, Marsilio, 2006.
- ¹⁰ G. CALÒ, D. SCUDERO, op. cit., pp. 128-130.
- ¹¹ D. ROCHE, op. cit., p. 469.
- ¹² Ivi, p. 468.
- ¹³ Ivi, p. 465.
- ¹⁴ G. FANELLI, R. FANELLI, *Il tessuto Art Nouveau*, Firenze, Cantini Edizioni d'Arte, 1986, p. 199.
- ¹⁵ Ad esempio la rivista "La Saison" di Parigi e di Bruxelles, diventa "La Stagione" a Milano, "La Estación" a Madrid e Buenos Aires, "La Estação" a Oporto e Rio de Janeiro, "The Season" a Londra e New York, "Die Moden Welt" a Berlino, "Illustrierte Frauen Zeitung" a Vienna, "Dagmar" a Copenaghen, "Feja" a Stoccolma, "De Bazaar" a l'Aja, "Budapesti Bazar" a Budapest e, a Pietroburgo, Varsavia e Praga, non mancavano le edizioni in russo, polacco e ceco.
- ¹⁶ N. ANGELETTI, A. OLIVA, *In Vogue*, Milano, Rizzoli, 2007, p. 26.
- ¹⁷ W. PARKER, *The art of Vogue covers*, New York, Bonanza Books, 1985, p. 15.
- ¹⁸ Ivi, p. 19.
- ¹⁹ G. CALÒ, D. SCUDERO, op. cit., p. 225.
- ²⁰ Ibidem. Evento curato da Franca Sozzani (direttore della rivista "Vogue Italia") e allestito da Gae Aulenti.
- ²¹ Le mostre allestite nei diversi musei fiorentini vedono Armani esposto presso gli Uffizi, Valentino alla Galleria dell'Accademia, Ferrè alle Cappelle Medicee, Dolce e Gabbana al Museo di Antropologia, Gaultier alla Specola, Miyake alla Galleria d'Arte Moderna di Palazzo Pitti, Galliano alla Casa Buonarroti, Blahnik a Palazzo Vecchio, Atkinson all'Opificio delle Pietre Dure, Donna Karan al Museo del Bigello, Lacroix a Orsanmichele, Margiela al Museo Bardini, Ozbek al Museo Horne, Saint Laurent a Palazzo Vecchio, Treacy al Museo degli Argenti, Tyler al Museo di Storia della Scienza, Gigli al Museo Marini, Jacob, Todd Oldham e Anna Sui al Museo Civico di Prato.
- ²² La mostra è stata organizzata dal Metropolitan Museum of Art di New York, dall'Art Institute di Chicago e dal Musée d'Orsay di Parigi. L'esposizione newyorkese è stata resa possibile grazie al contributo della Philip and Janice Levin Foundation, del Janice H. Levin Fund, della William Randolph Hearst Foundation e da Renée Belfer mentre quella francese, *L'impressionnisme e la mode*, è stata finanziata da due nomi molto noti della *couture* francese: LVMH/Moët Hennessy. Louis Vuitton e Christian Dior.
- ²³ M. PETTINAU, *Montanari senza censure sulla mostra di moda alla Galleria Borghese. E Anna Detheridge gli risponde con una lettera aperta: "Sono d'accordo con te, ma..."*, "Artribune" (9 agosto 2015), <http://www.artribune.com/tribnews/2015/08/montanari-senza-censure-mostra-moda-galleria-borghese-anna-detheridge-risponde-lettera-aperta/> (consultato l'8 novembre 2017).
- ²⁴ G.L. PARRACCHINI, *Ferragamo al Louvre. Passerelle di vetro e solo musica ultra soft. Modelle (e restrizioni) a due passi dai Capolavori*, edizione on-line del "Corriere della sera", sezione cultura (13 giugno 2012), http://www.corriere.it/cultura/12_giugno_13/paracchini-ferragamo-al-louvre_47241f82-b55a-11e1-817c-8346743ab819.shtml (consultato il 25 ottobre 2017).
- ²⁵ G. CALÒ, D. SCUDERO, op. cit., p. 250.
- ²⁶ *Parigi, nasce la nuova fondazione artistica di Bernard Arnault, Mister Louis Vuitton*, articolo uscito su Exibart.com, (1 ottobre 2006), <http://www.exibart.com/notizia.asp?IDNotizia=17380&IDCategoria=204> (consultato il 25 ottobre 2017).
- ²⁷ *Ilsole24Ore.com, Fendi dona 2,18 milioni per il restauro della Fontana di Trevi*, (28 gennaio 2013), <http://www.ilsole24ore.com/art/notizie/2013-01-28/fendi-dona-milioni-restauro-193902.shtml?uud=Ab2e51OH> (consultato il 25 ottobre 2017).



Bulgari in collaborazione con lo scultore Anish Kapoor, anello *Bzero 1*, 2010.
Anish Kapoor, *Turning the world upside down*, 2010, Gerusalemme, Israel Museum.



Versace collezione P/E 2009, l'artista Julie Verhoeven reinterpreta l'iconica Medusa del marchio, dettaggio.

Abito della collezione Versace donna prêt-à-porter P/E 2009, stampato con motivi grafici disegnati dall'artista Julie Verhoeven.





Abito della collezione Versace donna prêt-à-porter A/I 2008, stampato con motivi grafici realizzati in collaborazione con l'artista Tim Roeloff.

Versace collezione A/I 2008, in collaborazione con l'artista Tim Roeloff, dettaglio.



172



Angelo Marani, campagna pubblicitaria 2010-11.

Gustav Klimt, *Ritratto di Adele Bloch-Bauer I*, 1907, olio, argento e oro su tela, 138 x 138 cm, New York, Neue Galerie.

MISTERO DI
ROMA
Laura Biagiotti



174

Un omaggio all'eterna bellezza della capitale, Laura Biagiotti, campagna pubblicitaria del profumo *Mistero di Roma*, 2010.



Yves Saint Laurent e Carla Bruni, la modella indossa un abito da sposa della collezione P/E 1998
ispirato alle opere cubiste dell'artista George Braque.



Christian Louboutin, collezione A/I 2011, campagna pubblicitaria ispirata all'opera di George De La Tour, *La Maddalena penitente*, 1638-40, olio su tela, 117 x 91.76 cm, Los angeles, LACMA.



177

Christian Louboutin, collezione A/I 2011, campagna pubblicitaria ispirata all'opera di Marie-Giullemine Benoist, *Portrait of a Nagress*, 1800, olio su tela, 81 x 65 cm Parigi, Louvre.



Hermès, vetrina. La vegetazione rigogliosa da cui emergono animali esotici ricorda l'ambientazione dei quadri di Henri Rousseau.



Ferragamo, vetrina. Il lettering del marchio ricorda le scritte dell'arte dadaista.



Christos Mouchas per il progetto *Ubicouture*, inserisce la moda nell'arte, qui l'opera di René Magritte *Le Beau Monde*, all'interno della campagna pubblicitaria A/I 2013 di Kenzo realizzata da Pierpaolo Ferrari e Maurizio Cattelan.

BIBLIOGRAFIA

- N. ANGELETTI, A. OLIVA, *In Vogue*, Milano, Rizzoli, 2007.
- G. BAUZANO, F. SOZZANI (a cura di), *Roberto Capucci. Lo stupore della forma*, catalogo della mostra (Biumo 9 maggio-21 settembre 2003), Milano, Skira, 2003.
- M. BECCARIA, *Venessa Beecroft. Performances 1993-2003*, Milano, Skira, "Arte moderna cataloghi", 2003.
- H.S. BECKER, *I mondi dell'arte*, (ed. or. 1982), Bologna, Il Mulino, 2004.
- Y.A. BOIS, B.H.D. BUCHLOH, H. FOSTER, R. KRAUSS, *Arte dal 1900, Modernismo, Antimodernismo, Postmodernismo*, Bologna, Zanichelli, 2006.
- A. BRETON, P. ÉLUARD, *Dictionnaire abrégé du Surréalisme* (ed. or. 1938), Paris, José Corti, 2005.
- G. CALÒ, D. SCUDERO, *MODA E ARTE, dal Decadentismo all'ipermoderno*, Roma, Gangemi, "Arti visive, architettura e urbanistica", 2009.
- M. CAPELLA (a cura di), *Roberto Capucci. La ricerca della regalità*, catalogo della mostra (Venaria Reale 23 marzo-2 febbraio 2014), Torino, Allemandi, 2013.
- P. CHURCH GIBSON, *Nuove alleanze: mondo dell'arte, case di moda e celebrità*, in M. PEDRONI, P. VOLONTÉ, *Moda e Arte*. Milano, Franco Angeli, "Produrre cultura creare comunicazione, Centro per lo studio della moda e della produzione culturale", 2012, pp. 203-216.
- D. CRANE, *L'abito fa la donna. Stiliste, stilisti e cambiamenti sociali*, in M. TRASFORINI, (a cura di) *Arte a parte. Donne artiste tra margini e centro*, Milano, Franco Angeli, 2000, pp. 101-115.
- D. CRANE, *L'artificazione parziale dei mondi della moda*, in M. PEDRONI, P. VOLONTÉ, *Moda e Arte*, Milano, Franco Angeli, "Produrre cultura creare comunicazione, Centro per lo studio della moda e della produzione culturale", 2012, pp. 105-118.
- D. CRANE, *Questioni di Moda*, Milano, Franco Angeli, 2004.
- E. CURRID, *The Warhol Economy: How Fashion, Art and Music Drive New York City*, Princeton (NJ), Princeton University Press, 2007.
- J. ENTWISTLE, *The Aesthetic Economy: The Production of Value in the Field of Fashion Modelling*, in "Journal of Consumer Culture" 2002, vol. 2, n. 3, pp. 317-339.
- F. FABBRI, *L'orizzonte degli eventi. Gli stili della moda dagli anni Sessanta a oggi*, Bologna, Atlante editore, 2013.
- G. FANELLI, R. FANELLI, *Il tessuto Art Nouveau*, Firenze, Cantini Edizioni d'Arte, 1986.
- S. FERINO PAGDEN (a cura di), *Roberto Capucci. Roben wie Rüstungen: Mode in Stahl und Seide Einst und Heute*, catalogo della mostra (Neue Burg, Hofjagd-und Rustkammer, Kunsthistorische Museum Wien 5 dicembre 1990-2 aprile 1991), Wien, Eigenverlag, 1990; S. FERINO PAGDEN, R. SGUBIN, M. VALLORA, *Roberto Capucci. Arte e creatività oltre i confini della moda*, catalogo della mostra (2 luglio-2 ottobre 2004), Gorizia, Musei Provinciali di Gorizia, 2004.
- D. FERRETTI, E. MINIO, M. LEVI PASSIGLI (a cura di), *Roberto Capucci a Palazzo Fortuny*, catalogo della mostra (Venezia 7 marzo-4 maggio 2009), Milano, Skira 2009.
- A. FIORENTINI, 'Ken Scott' in *Dizionario della moda*, G. VERGANI (a cura di), Milano, Baldini & Castoldi, 1999.
- B. GRACIÀN, *L'acutezza e l'arte dell'ingegno* (tit. or. *Agudeza y arte de ingenio*, 1648; reperibile in *Id. Obras completas*, Madrid, Aguilar 1960), Palermo, Aesthetica, 1986.
- S. GUNDLE, *Glamour: A History*, Oxford, Oxford University Press, 2008.
- C. HARRISON, P. WOOD (a cura di), *Art in Theory 1900-1990*, Oxford, Blackwell, 1992.
- N. HEINICH, R. SHAPIRO (a cura di), *De l'artification. Enquêtes sur le passage à l'art*, Paris, Editions Ehee, 2012.
- T. HOROWITZ, *The man in the Middle: The Study of the Role of the Fashion Designer in The Process of Formation and Diffusion of Fashion in Great Britain*, in "Journal of the Market Research Society", 1975, vol. 17, n. 1, pp. 26-40.
- Y. KAWAMURA, *The Japanese revolution in Paris Fashion*, (ed. or. 2004), Oxford, Berg, 2006.
- P. LE QUÉAU (a cura di), *Vingt ans de sociologie de l'art: bilan et perspectives*, Paris, L'Harmattan, 2007.
- A. MCROBBIE, *British fashion design. Rag Trade, or Imagery Industry*, London/NewYork, Routledge, 1998.
- E. MORA, *Fare moda: esperienze di produzione e consumo*, Milano, Bruno Mondadori, 2009.
- C.M. MORES, *Da Fiorucci ai guerrilla stores. Moda, architettura, marketing e comunicazione*, Venezia, Marsilio, "Mode", 2006.
- A. MULASSANO, A. CASTALDI, *I Mass-Moda. Fatti e personaggi dell'Italian Look*, Firenze, Spinelli editore, 1979.
- W. PARKER, *The art of Vogue covers*, New York, Bonanza Books, 1985.
- M. PEDRONI, P. VOLONTÉ, *Moda e Arte*, Milano, Franco Angeli, 2012.

- M. PERNIOLA, *La società dei simulacri*, in "Ágalma" vol. 20-21, Milano, Mimesis, 2011.
- M. PERNIOLA, *L'arte espansa*, Torino Einaudi, 2015.
- M. PERNIOLA, *Transiti. Filosofia e perversione*, Roma, Castelvecchi, 1998.
- D. RIGHETTI, *Una dea fatta di seta, la donna di Capucci*, "Corriere della Sera" (8 febbraio 2001).
- D. ROCHE, *Il linguaggio della moda*, Torino, Einaudi, 1991.
- D. SUDJIC, *Rei Kawakubo and Comme des Garçons*, Milano, Rizzoli International, 1990.
- W. ST. CLAIR, *Lord Elgin e i marmi del Partenone*, Bari, De Donato, 1968.
- Il genio antipatico. Creatività e tecnologia della moda italiana 1951-1983*, Milano, Mondadori, 1984.
- V. ŠKLOVSKIJ, *Teoria della prosa*, (ed. or. *O teorii prozy*, 1925), Torino, Einaudi, 1976.
- S. THORNTON, *Il giro del mondo dell'arte in sette giorni*, (ed. or. 2008), Milano, Feltrinelli, 2009.
- T. VELEN, *La teoria della classe agiata*, Torino, Einaudi, 2007.
- P.I. VERCELLONI, F. LUCCHINI, *Milano Fashion*, supplemento a "Vogue Italia" n. 282 del 1975, edizioni Condé Nast.
- A. VETTESE (a cura di), *La nascita della Pop art in Il Novecento. Seconda parte*, Firenze, Il Sole24Ore Education, "La grande storia dell'Arte", 2005.
- P. VOLONTÉ, *Il modello dell'artista*, in M. PEDRONI, P. VOLONTÉ, *Moda e Arte*, Milano, Franco Angeli, 2012, pp. 119-135.
- S. ZUFFI (a cura di), *La storia dell'Arte. Il Romanticismo*, Milano, Mondadori Electa, "La biblioteca di Repubblica", 2006.
- M. PERNIOLA, *L'arte espansa*, Torino, Einaudi, 2015.
- Cucinelli e la regola della pesca. *Le dive di Capucci*, "Corriere della Sera" (7 marzo 2015), [www. Corriere.it/ moda in http://www.pressreader.com/italy/corriere-della-sera/20150307/282149289779261](http://www.corriere.it/moda) (consultato il 22 giugno 2017).
- A. DISPENZA, "Il Teatro alla Moda. Costume di scena. Grandi Stilisti" a Milano in "Mentelocale" (20 maggio 2011), <http://www.mentelocale.it/milano/articoli/31488-il-teatro-alla-moda-costume-di-scena-grandi-stilisti-a-milano.htm>
- Fendi dona 2,18 milioni per il restauro della Fontana di Trevi in "Sole24Ore" (28 gennaio 2013), <http://www.ilsole24ore.com/art/notizie/2013-01-28/fendi-dona-milioni-restauro-193902.shtml?uuid=Ab2e51OH> (consultato il 25 ottobre 2017).
- E. GIUSTACCHINI, *Versace l'estro ri-creante. Il rapporto dello stilista Gianni Versace con l'arte*, in "Stilearte.it", ottobre 2015, <https://www.stilearte.it/lestro-ri-creante/>
- N. HEINICH, R. SHAPIRO, *De l'artification: une réponse à Gérard Creux*, <http://lectures.revues.org/8395> (consultato il 31 maggio 2017).
- S. LUCIBELLO, *Il plissé e la seta per Capucci*, "AIS/Design Storia e Ricerche" n. 4, novembre 2014, <http://www.aisdesign.org/aisd/il-plisse-e-la-seta-per-capucci> (consultato il 23 giugno 2017).
- E. MORINI, *Arte e moda in mostra a New York*, 28 aprile 2013, <http://www.imore.it/rivista/author/frdimai/>
- F. DI MAIO, *Moda e arte. A braccetto ma non troppo*, (6 giugno 2008), Convegno Internazionale Modacult, IULM Milano, presso Università Cattolica del Sacro Cuore (maggio 2008), <http://www.imore.it/rivista/moda-e-arte-a-braccetto-ma-non-troppo/>
- M. PETTINAU, *Montanari senza censure sulla mostra di moda alla Galleria Borghese. E Anna Detheridge gli risponde con una lettera aperta: "Sono d'accordo con te, ma..."*, in "Artribune" (9 agosto 2015), <http://www.artribune.com/tribnews/2015/08/montanari-senza-censure-mostra-moda-galleria-borghese-anna-detheridge-risponde-lettera-aperta/> (consultato l'8 novembre 2017).
- G.L. PARRACCHINI, *Ferragamo al Louvre. Passerelle di vetro e solo musica ultra soft. Modelle (e restrizioni) a due passi dai Capolavori*, in "Corriere della Sera" (13 giugno 2013), http://www.corriere.it/cultura/12_giugno_13/paracchini-ferragamo-al-louvre_47241f82-b55a-11e1-

SITOGRAFIA

- M. BABUSCI, *Le creazioni di R. Capucci al Daming Palace di Xian*, in "IMORE", (8 ottobre 2010), <http://www.imore.it/rivista/le-creazioni-di-r-capucci-al-daming-palace-di-xian/>
- G. BENATI, *Roberto Capucci: il Sarto-Stilista che non ha mai Fatto Moda*, in "Emme Magazine" (7 marzo 2016), <http://www.emmemagazine.it/2016/03/07/roberto-capucci-il-sarto-stilista-che-non-ha-mai-fatto-moda/> (consultato il 22 giugno 2017).
- G. CREUZ, recensione al libro di N. HEINICH, R. SHAPIRO, *De l'artification: Enquêtes sur le passage à l'art*, <https://lectures.revues.org/8155> (consultato il 31 maggio 2017).

- 817c-8346743ab819.shtml (consultato il 25 ottobre 2017).
- Parigi, nasce la nuova fondazione artistica di Bernard Arnault, Mister Louis Vuitton, in "Exibart" (1 ottobre 2006) <http://www.exibart.com/notizia.asp?IDNotizia=17380&IDCategoria=204> (consultato il 25 ottobre 2017).
- F. POLETTI, *Intervista alla stilista di nuova haute couture Iris Van Herpen*, in "Elle" (22 gennaio 2013), <http://www.elle.it/Magazine/Intervista-alla-stilista-di-nuova-haute-couture-Iris-Van-Herpen> (consultato il 21 ottobre 2017).
- S. RODINÒ, *Moda e arte/Versace si mette in mostra fra sculture antiche e Andy Warhol*, (4 maggio 2006), http://www.affaritaliani.it/coffeebreak/versacearte-moda_pg_2.html
- B. SEVERGNINI, *Prada: io, gli abiti e l'arte (e la fatica delle donne)* in "Corriere della Sera" (6 maggio 2012), http://www.corriere.it/cronache/12_maggio_06/prada-abiti-arte-severgnini_3e72e2dc-975b-11e1-9a56-d67dd7427f23.shtml (consultato il 23 ottobre 2017).
- M. SORTINO, *Gianni Versace: tra arte, musica e moda*, in "Vogue" (15 luglio 2015), <http://www.vogue.it/sfilate/curiosita/2015/07/gianni-versace-tra-arte-musica-e-moda>
- A. ZAMUNER, *Roberto Capucci: regalità nella nuova era delle regge*, 2014, www.lavenaria.it/web/it/bandi-e-gare/doc_download/7786-160413-xpose.pdf.5

CREDITI FOTOGRAFICI

- p. 10 foto di Marion Golsteijn.
- p. 11 Carl Van Vechten Coll., Prints & Photographs Division, Library of Congress, Washington DC.
- p. 13 riproduzione fotografica di Laura 1822 (precisare autore immagine e luogo).
- p. 17 foto di Sarah Stierch, Metropolitan Museum of Art, New York.
- p. 19 Metropolitan Museum of Art, New York.
- p. 20 Arch. fot. Fondazione Ken Scott.
- p. 21 foto di Jean Pierre Bonnotte Gamma, Arch. fot. Fondazione Ken Scott.
- p. 22 Arch. fot. Fondazione Ken Scott.
- p. 23 foto di William Klein, Arch. fot. Fondazione Ken

- Scott/Arch. fot. Fondazione Ken Scott.
- p. 24 foto di Nadia Pugliese, Fondazione Roberto Capucci.
- p. 25 Claudia Primangeli, Fondazione Roberto Capucci/Claudia Primangeli, Fondazione Roberto Capucci.
- p. 26 Fondazione Roberto Capucci.
- p. 28 foto di Pierre-Louis Pierson, Metropolitan Museum of Art, New York.
- p. 32 Claudia Primangeli, Fondazione Roberto Capucci.
- p. 33 Claudia Primangeli, Fondazione Roberto Capucci.
- p. 36 (chiedere Macioce?)
- p. 38 foto di Fiorenzo Niccoli, Fondazione Roberto Capucci.
- p. 40 courtesy of Versace.
- p. 41 courtesy of Versace.
- p. 42 courtesy of Versace.
- p. 43 courtesy of Versace.
- p. 44 courtesy of Versace.
- p. 49 foto di Fiorenzo Niccoli, Fondazione Roberto Capucci.
- p. 50 foto di Fiorenzo Niccoli, Fondazione Roberto Capucci.
- p. 51 Coll. privata.
- p. 52 Library of Congress, Washington DC.
- p. 53 foto di Fiorenzo Niccoli, Fondazione Roberto Capucci.
- p. 54 foto di Fiorenzo Niccoli, Fondazione Roberto Capucci.
- p. 55 foto di Fiorenzo Niccoli, Fondazione Roberto Capucci.
- p. 57 foto di Fiorenzo Niccoli, Fondazione Roberto Capucci.
- p. 58 foto di Fiorenzo Niccoli, Fondazione Roberto Capucci/foto di Peeldden.
- p. 59 foto di Fiorenzo Niccoli, Fondazione Roberto Capucci.
- p. 60 foto di Fiorenzo Niccoli, Fondazione Roberto Capucci.
- p. 61 foto di Sarah Stierch.
- p. 62 foto di José Luiz Bernardes Ribeiro/courtesy of Versace.
- p. 63 MART, Museo di arte moderna e contemporanea di Trento e Rovereto/Coll. Arbore.
- p. 64 Coll. Privata part., Metropolitan Museum of Art, New York.
- p. 65 Arch. fot. Fondazione Ken Scott.
- p. 66 Arch. fot. Armani.
- p. 67 Alberto Burri part., Coll. privata/Catharina Krusveldt-de Mare su disegno di Cristobal Balenciaga, Rijksmuseum, Amsterdam.
- p. 68 foto di Shakko/Coll. privata.
- p. 69 Wallace collection, Londra/foto di Shakko.
- p. 70 Sonia Delaunay, part., Davis Museum, Wellesley.
- p. 71 courtesy of Versace.

- p. 74 Kevin Tachmann.
- p. 76 Arch. Laura Biagiotti.
- p. 77 Gorunway.
- p. 78 Metropolitan Museum of Art.
- p. 79 Museo archeologico, Delfi.
- p. 80 Arch. Lancetti.
- p. 81 Metropolitan Museum of Art, New York.
- p. 82 Gorunway.
- p. 83 Tate Gallery, Londra.
- p. 84 Metropolitan Museum of Art, New York/Armani Digital Archive.
- p. 86 Coll. Giacomo Balla, Fondazione Biagiotti Cigna/Coll. Giacomo Balla, Fondazione Biagiotti Cigna.
- p. 87 Coll. Giacomo Balla, Fondazione Biagiotti Cigna.
- p. 88-89 Gorunway/@Bridget Riley 2017 all rights reserved.
- p. 92-93 Gorunway/Carlos Amorales.
- p. 94-95 foto di Guilhem Vellut/Armani digital archive.
- p. 97 foto di Peter Lippmann.
- p. 98 /© Guillaume Piolle/© Ludovic Le Guyader /cc by 3.0.
- p. 99 © 2006 Mary Ann Sullivan/Claudia Primangeli, Arch. fot. Capucci/Claudia Primangeli, Arch. fot. Capucci.
- p. 100 Gorunway/Diocesi di Cefalù/Gorunway/Arcidiocesi di Monreale.
- p. 101 Gorunway/Diocesi di Cefalù.
- p. 102 Studio of Nicholas Hilliard, Hardwick Hall, Derbyshire, Midlands, ©National Trust Images/Imaxtree.
- p. 103 © Museo Nacional del Prado, Madrid/Imaxtree.
- p. 104 Galleria degli Uffizi, Firenze/foto di David Sims.
- p. 105 Biblioteca universitaria di Bologna/Gorunway.
- p. 106 Arch. fot. Roberto Capucci/part. Galleria degli Uffizi, Firenze.
- p. 107 Gorunway/National Gallery of Art, H. Cress coll. Washington DC.
- p. 108 Gorunway/Royal Delft.
- p. 109 Collezione Fondazione Cassa di Risparmio, Firenze/Gorunway.
- p. 110 Imaxtree/Courtauld Institute of Art, Londra.
- p. 111 Imaxtree.
- p. 112 Collezione privata/Gorunway.
- p. 113 © Piero Dorazio, by SIAE 2018 e Peggy Guggenheim coll./Imaxtree.
- p. 114 foto di John Berens, Courtesy of the Artist and Marian Goodman Gallery, New York/Imaxtree.
- p. 115 Armani Digital Archive/GNAM Roma, per gentile concessione del Ministero per i Beni culturali e Ambientali e del Turismo.
- p. 116 Gorunway/Renato Guttuso, coll. privata, per gentile concessione di Casa d'Arte San Lorenzo/Gorunway.
- p. 117 Laura Biagiotti/Coll. Giacomo Balla, Fondazione Biagiotti Cigna.
- p. 118 © Musée d'Orsay, dist. RMN-Grand Palais, Parigi/foto Patrice Schmidt, Laura Biagiotti, Imaxtree.
- p. 119 Laura Biagiotti/Civiche Raccolte d'Arte del Comune di Parma, Parma.
- p. 120 courtesy of Versace.
- p. 121 Metropolitan Museum of Art, New York.
- p. 122 Laura Biagiotti/ Coll. Giacomo Balla Fondazione Biagiotti Cigna.
- p. 123 courtesy of Versace.
- p. 125 courtesy of Versace.
- p. 126-127 Imaxtree.
- p. 128 Fondazione Burri/Gorunway.
- p. 129 Fondazione Burri/Gorunway.
- p. 130 Fondazione Prada.
- p. 131 Fondazione Prada.
- p. 134 by Eric Koch/Anefo (Nationaal Archief)
- p. 136 Arch. fot. Micol Fontana.
- p. 138 Arch. fot. Micol Fontana.
- p. 139 Vagner Carvalheiro.
- p. 140 Antonio Barrella, Studio Orizzonte/Antonio Barrella, Studio Orizzonte.
- p. 141 Laura Biagiotti.
- p. 143 by Tripavis (own work).
- p. 144 Laura Biagiotti.
- p. 147 by Conde Nast Vogue Paris.
- p. 149 Arch. fot. Micol Fontana.
- p. 15 foto di Peter Lippman.
- p. 155 courtesy of Versace.
- p. 157 by Haute Couture News (own work).
- p. 158 Imaxtree.
- p. 169 Antonio Barrella, Studio Orizzonte.
- p. 170 courtesy of Versace/courtesy of Versace.
- p. 171 courtesy of Versace/courtesy of Versace.
- p. 172 Angelo Marani, foto © Sølve Sundsbø/Art+Comm.
- p. 173 Arch. Scala, Neue Galerie, New York, foto John Gilliland.
- p. 174 Laura Biagiotti
- p. 175 foto di Jean-Marie Périer/Photo12.
- p. 176 Peter Lippmann.
- p. 177 Peter Lippmann.
- p. 180 per gentile concessione di TOILETPAPER magazine: Pierpaolo Ferrari e Maurizio Cattelan.