

Le tappe del Made in Italy

a cura di Anna Rosignolo



Figura 1 Giovanni Battista Giorgini con alcune modelle alla presentazione dell'alta moda italiana a Londra 1956 (Wikimedia Commons).

Made in Italy è un'espressione utilizzata, a partire dagli anni '80, per indicare la specializzazione internazionale del sistema produttivo italiano nei settori manifatturieri cosiddetti tradizionali. Rientrano in questa definizione le cosiddette 4 A: abbigliamento (e beni per la persona), arredamento (e articoli per la casa), automotive (inclusa la meccanica) e agroalimentare.

Il miracolo dell'affermazione del Made in Italy è datato a partire dalla seconda metà degli anni '80 con l'affermarsi del *prêt-à-porter* (la moda "pronta ad essere indossata"), dello stilismo e di una generazione di designer quali, in primis, Walter Albini e Giorgio Armani. Bisogna però ricordare che le decenni precedenti sono state territorio privilegiato di particolari trasformazioni che si possono identificare come punti di svolta.

Prima tappa: periodo fascista

Duranti gli anni trenta del XX secolo sorgono i primi tentativi di una confezione sartoriale italiana su misura per emanciparsi dal predominio della moda francese. La tradizione sartoriale di pregio esiste in Italia dal Medioevo e dall'epoca delle corti rinascimentali, ma solo in questo momento si tenta un'organizzazione istituzionale.

Il regime fascista fu protagonista di una campagna di valorizzazione della moda italiana e della promozione delle fibre tessili artificiali di produzione domestica all'interno del più ampio progetto politico legato all'autarchia. Nasce, infatti, nel 1932 a Torino l'*Ente autonomo per la mostra permanente*

nazionale della moda, con l'obiettivo di rendere interamente nazionale il ciclo della moda, dalla sua progettazione fino alla confezione. Negli anni l'istituto si trasforma nell'*Ente nazionale della moda* e realizza una "marca di garanzia" sui modelli prima, e sui tessuti poi, che doveva certificare la completa italianità delle creazioni e confezioni di abiti e accessori e che prevedeva una sanzione pecuniaria a tutte le sartorie che non avessero realizzato almeno il 25% della propria produzione in base alla garanzia di italianità. Negli stessi anni viene creato il GFT (Gruppo Finanziario Tessile) e nel 1932 primo marchio FACIS (Fabbrica Abiti Confezionati in Serie). Il gruppo sarà tra le prime imprese a introdurre in Italia gli abiti confezionati in serie e diverrà una delle prime aziende europee del settore.

Seconda tappa: la sfilata di Giorgini

Il 12 febbraio 1952 viene presentata a Firenze una celebre sfilata grazie all'imprenditore Giovanni Battista Giorgini (Figura 1). Gli anni del dopoguerra italiano sono anni di trasformazione del settore tessile, vengono introdotte nuove fibre tessili non naturali e dette sintetiche (come ad esempio il nylon, il poliestere e l'acrilico), fibre queste dal carattere tecnico e dall'ottimo rapporto qualità-prezzo, adatte alla realizzazione di intimo, abbigliamento sportivo e dalle larghissime applicazioni. Sono gli anni della fondazione 1951 di Max Mara con Achille Maramotti e dell'impresa Marzotto. Viene introdotta la rivoluzione della taglia nel 1954, attraverso una campagna da parte del GFT di rilevazione antropometrica degli italiani (ad opera di venditori e negozianti) con precise misure fatte su un campione di 25 000 italiani distribuito su tutto il territorio nazionale.

In questo contesto è doveroso prestare attenzione all'influenza della domanda estera sulle origini della moda italiana e al ruolo degli USA nella formazione del cosiddetto *Italian Fashion Look*: gli USA infatti hanno rappresentato da un lato la possibilità di accedere agli aiuti della ricostruzione in termini di supporto finanziario e tecnico-produttivo, ma altresì l'incentivo all'esportazione del prodotto e dello stile italiano, questo grazie ai buyer delle grandi catene di negozi e dei *department store* americani. Il mercato americano disponeva da tempo di abbigliamento pronto e di una moda pensata per la

mass production, ma mancava di un prodotto alto, elitario e di grande qualità. In questo contesto l'imprenditore Giorgini organizza a Firenze, nel Palazzo Torrigiani, la *First Italian High Fashion Show* riunendo i modelli di celebri sartorie italiane (per esempio Le Sorelle Fontana, Emilio Pucci, Irene Galitzine) al cospetto della stampa e dei compratori americani, mostrando loro attraverso abiti e accessori, l'eredità di arte, raffinatezza, eleganza e cultura verso la tradizione che definisce il Made in Italy. Nel 1958 verrà fondata la Camera Sindacale (oggi Nazionale) della moda italiana, a tutela, valorizzazione e disciplina degli interessi morali, artistici ed economici dell'attività professionale delle categorie dei molteplici settori legati alla moda. Dal 29 settembre 1962, con le deliberazioni di un'Assemblea straordinaria si ridisegnarono gli scopi, le finalità e la struttura dell'Associazione che, privata, apartitica e apolitica, cominciò ad operare attivamente nel settore moda. Lo scopo era quello di "rappresentare i più alti valori della moda italiana, tutelare, coordinare e potenziare l'immagine della moda italiana in Italia e all'estero, nonché gli interessi tecnici, artistici ed economici degli Associati".

Terza tappa: l'avvento della figura dello stilista

L'ultimo momento cardine per la maturazione del concetto del Made in Italy è rappresentato negli anni Settanta dalla nascita del prêt-à-porter italiano e dalla prima sfilata di stilisti indipendenti tenutasi a Milano.

Il sistema della moda di questo periodo storico si caratterizza per l'interesse che rivolge all'elemento di creatività e, insieme, al suo imprescindibile legame con il mercato e con i suoi bisogni.

La creatività in materia di moda è stata fino ad ora in Italia un elemento possibile all'interno di ristretti ambienti e produzioni su misura.

Rispetto al mercato invece, questi anni vedono

l'affermarsi della nuova categoria sociale dei giovani, e con essi, il desiderio di "rivalsa" ed emancipazione identitaria rispetto alle abitudini di costume e allo stile di vita delle altre categorie sociali. Il susseguirsi di movimenti di contestazione giovanili e di sottoculture, che si ponevano come alternative alla società degli adulti (dai *beat* agli *hippy*, dai *mod* agli *skinhead*, dai *punk* sino ai *grunge* e agli *skater*) manifestavano il bisogno di espressione identitaria e di rivoluzione socioculturale imponendosi soprattutto attraverso nuove forme di abbigliamento e alternativi stili di vita.

Alla fine degli anni Sessanta, quindi, non solo nacquero aziende e stilisti che si riferirono esclusivamente (o preferibilmente) al pubblico giovanile e a coloro che intendevano vestire in tal modo, ma anche negozi pensati apposta per i giovani. Pionieri di questi nuovi settori sono da citare Gilberto Benetton ed Elio Fiorucci.

In questo particolare periodo nasce inoltre la figura dello stilista, un professionista autonomo che lavora per diversi produttori di abbigliamento indipendenti. Si attribuisce la nascita di questa professione alla figura di Walter Albini. Grazie a lui, infatti, la relazione tra moda e industria comincia a seguire un percorso che porta a qualificare il prodotto industriale caratterizzandolo di una forte componente estetica. L'affermazione degli stilisti fu segnata anche da un nuovo rapporto con l'industria attraverso la creazione dei contratti di licensing. Con l'utilizzo di questa pratica un fornitore o un'azienda realizzava e distribuiva la collezione dello stilista, cui spettava una percentuale sui guadagni e l'assoluto controllo sullo stile e sull'estetica del prodotto. L'espressione Made in Italy è da intendersi quindi come il risultato di tutti quei processi profondamente legati alla storia e alla cultura italiana che, nell'evolversi di saperi, pratiche e tecnologie, descrivono oggi l'identità e il *know how* italiani attraverso prodotti di grande pregio e qualità.