

# Armani, un nome che vale miliardi

22/1/78

La rapida fama dell'inventore del «blazer» è una storia all'americana, partita da una modesta casa di via Colombo e ora irradiantesi in tutto il mondo da un principesco palazzo milanese - «Il successo se ce l'hai non lo puoi godere» - Voleva diventare medico condotto per vivere in campagna - Uno storico «ballo in maschera» - Per la moda italiana non esiste crisi - Trenta vestiti per l'ultimo film di Travolta

MILANO, gennaio

Gli invidiosi (e sono tantissimi, figurarsi) già predicano un rapido tramonto della sua stella, ora fulgidissima. «Ancora cinque anni, così dicono. Beh, con questo ritmo quasi quasi ci metterei la firma», commenta lui indulgente, «questo è un lavoro che il successo, se ce l'hai, non te lo puoi godere. Ti viene l'angoscia di quello che fai quando sai che sul tuo nome puntano fabbriche, aziende, negozi, il domani di centinaia se non migliaia di persone».

Felicità raggiunta / si cammina per te su fil di lama, per dirla con Montale.

Giorgio Armani «il più celebre stilista del mondo» come l'ha definito sul Corriere una nota cronista di moda (che pure aveva osato criticare la sua ultima collezione venduta in blocco agli americani per più di 7 miliardi) mi riceve nel meraviglioso atelier di via Durini, uno dei più bei palazzi di Milano. Il seicentesco ambiente del Richini, un succedersi di saloni dalle volte altissime, tutti affrescati, è rimasto inalterato: solo una soffice moquette marron, divani beige di pino naturale lungo le pareti tante abajours bianche, cespugli di verde e fiori freschi. Una sorta di Palazzo Pitti all'ombra della Madunina giusto per far strabillare le compratrici made in Usa.

Lui, il «re del blazer», creatore principe di una linea imitativissima contesa nelle più esclusive boutique, indossa un comunitissimo pullover bordò, camicia a righe azzurra aperta sul collo abbronzato, pantaloni di flanella grigio scuro, scarpe di camoscio. «No, non sono Armani i capi che porto», risponde divertito, «confesso che vestirmi è un grosso problema per me: sarà che essendoci dentro tutto il giorno ho come un inconscio istinto di rigetto quando debbo mettermi addosso qualche cosa. Il mio guardaroba? Mah, qualche giacca un paio di cravatte non so, la mia mise ideale è pantaloni e maglietta. Mi copro ecco, prendo la prima cosa e via».

Capelli brizzolati portati corti, occhi azzurri e naso all'insù, la pelle appena dorata dal sole del Tropici (è reduce da una breve vacanza nei Caraibi «una pausa per prendere un po' di fiato visto che entro marzo deve essere pronta la nuova collezione») Giorgio Armani continua ad essere nell'occhio del ciclone. Non passa giorno che i giornali non si occupino di questo piacentino quarantatreenne, scapolo, il cui nome nei bei caratteri Bodoni è diventato una «firma» internazionale. Ha aperto boutique all'interno di magazzini prestigiosi perfino a Beverly Hills, cioè a Hollywood (dove conta molti divi fra i clienti); negozi Armani si trovano a



Lo schizzo di un modello e relativi bottoni che Armani ha disegnato appositamente per il «Siba '77»

New York, Toronto e Montreal, fra breve anche a Parigi e Londra; quello di Milano, quando aprì i battenti un anno fa, incassò in tre giorni una cinquantina di milioni. La «Giorgio Armani Spa» di cui è presidente ha un fatturato di circa 35 miliardi all'anno per la gran parte sull'estero. Oltre alle due collezioni che sforna in proprio ogni sei mesi ne disegna un'altra mezza dozzina in esclusiva per altri marchi per cui esistono camicie, impermeabili, maglie, pellicce e scarpe firmate Giorgio Armani («fra breve uscirà anche una linea di profumi», aggiunge completando l'inventario).

Da quattro anni è il re Mida della moda italiana, tutto quanto disegna si trasforma in oro (i suoi capi sono ovviamente carissimi, 200 mila una delle sue celebri giacche sfoderate, anche 300 un abito o un tailleur). L'ideatore dell'Armani-look partito dall'ormai celeberrimo blazer sfornato ad arte, elegantemente stropicciato, quasi un antimoda contro il capo «figurino» che restringeva il corpo di chi lo indossava anziché liberarlo grazie al taglio sapiente e ricercato («le mie cose sono portabilissime come fossero già usate»)



Giorgio Armani in passerella alla fine di una sfilata.

(foto Claudio Sandano)



Lo stilista piacentino con l'attore John Travolta e con la principessa Paola di Liegi, entrambi con una giacca Armani.

in poco meno di vent'anni dal niente ha costruito un impero.

La sua è una storia all'americana, partita appunto da Piacenza dov'è nato («in via Colombo, nella zona della Lupat»). Il padre, scomparso diverso tempo fa, un modesto impiegato che nell'anteguerra aveva giocato nell'Edera poi nel Piacenza F.C., la madre signora Maria Raimondi (che oggi vive assieme alla figlia Rosanna, popolare fotomodella negli anni Cinquanta, oggi giornalista). Un'infanzia come tante. Di quel tempo ricorda soprattutto la felicità che lo prendeva d'estate quando i suoi portavano in campagna e lui poteva come gli altri ragazzi mettersi scalzo e correre a piedi nudi sui sassi bianchi di Trebbia.

«Rivergaro è un posto dove torno spesso nella bella stagione, mi piace scovare certi argini solitari, così come mi capita di arrivare fin su verso Gropparello, altra vallata che amo. In campagna mi piace sento spesso il bisogno fisico di spazio, di verde, di pace. Sarà che a Milano, benché ci sia dall'età di 11 anni, è proprio solo un posto per lavorare e appena posso scappo via per disintossicarmi. Sa qual era uno dei miei sogni da ragazzo? Diventare medico condotto proprio per poter vivere in campagna, invece...».

Si iscrisse, difatti, alla facoltà di medicina ma solo per scoprire, dopo qualche esame, che il camice bianco non era fatto per lui. Così dovette sfruttare la sua inclinazione per il disegno e co-

me primo impiego («duecentomila al mese») non trovò di meglio che fare l'aiuto vetrinista alla Rinascenza. Con la scenografia, del resto, gli sembrava di avere qualche familiarità se non altro perché suo nonno materno collaborava per così dire al Teatro Municipale confezionando le parrucche per coristi e comparse, e spesso portava lui e la sorella dietro le quinte di qualche spettacolo d'opera, un ambiente che lo affascinava.

Passato poi come assistente compratore per le confezioni «uomo», Armani lasciò la Rinascenza per approdare alla Hilton, una ditta di confezioni del lanificio Cerruti di Biella. Vi resterà otto anni imparando il mestiere, scoprendo i segreti dei tessuti come delle lavorazioni

industriali, un supporto di nozioni tecniche che gli servì quando cominciò a disegnare i suoi primi modelli. Un avvio graduale ma costante e da allora la scritta, prima piccola poi sempre più vistosa stilista Giorgio Armani, apparirà sulle pagine di Vogue, Bazar ed altre illustri riviste sotto altrettanti vestiti di sua creazione (oggi l'illustrazione è diventata superflua e le controcopertine portano solamente il suo nome isolato nel candore della pagina).

Anni di lavoro intenso, frenetico, senza tregua finché nel 1975 l'incontro con Sergio Galeotti, un dinamico toscano col pallino degli affari, lo fa decidere per il grande salto (vincendo la paura dell'incerto che dice di aver ereditato dal padre impiegato).

E nasce, appunto, l'Armani Spa, dove Galeotti diverrà l'amministratore delegato lasciando a lui l'aspetto creativo: è il momento del blazer, la giacca che Armani crea anche per le donne rivoluzionando i concetti finora seguiti dai grandi sarti. Un capo sapientemente sciatto ma incredibilmente accurato nel taglio e nelle proporzioni, confezionato in tessuti bellissimi, tinte spente, tenui, un «non colore» che va dal grigio-beige al sabbia al verde-muschio al fango («com'è il Trebbia dopo certe giornate di pioggia», dice).

Un vestire disinvolto, senza problemi, un capo da infilare e via, senza curarsi della piega (che peraltro è rigorosamente bandita anche dai calzoni). «Ho sempre odiato l'abito-furino che condiziona chi lo porta: i miei abiti restituiscono naturalezza al corpo. Per me la donna ideale non è quella che si veste alla moda perché usa così (e copia esattamente il modello che ha visto alla sfilata, in vetrina o sul giornale) al contrario è quella che domina il capo che porta, non lo subisce. Una donna che ha già un suo stile e cerca nella moda che le proponiamo quanto serve a sottolinearlo. Sono più per l'uomo che sceglie magari una mia giacca e gli accosta i calzoni e la camicia che crede, piuttosto che per quella donna che si veste tutta Armani da capo a piedi subendo la moda passivamente».

Tutto quanto esce dalla sua penna, migliaia di disegni su carta nera o bianca, viene poi realizzato in chiave industriale; una collezione per lui diventa sempre meno un happening per trasformarsi invece in una «verifica», il momento clou di una fase commerciale. Nel suo studio dalle cui volte occhieggiano figure mitologiche fra separé di specchi e una grande palma che sovrasta i tavoli di disegno, Armani lavora anche dodici ore al giorno, risolvendo personalmente ogni pur minuto dettaglio di un abito, il più piccolo accessorio anche i bottoni (come ha fatto per il Siba '77, il salone piacentino che ha esposto appunto una sua personale di bozzetti sul tema: lo stilista e il bottone).

I ritagli della giornata che gli restano li trascorre nel suo

arioso appartamento poco distante, dietro San Babila, con una grande veranda che si affaccia su un giardino privato. Una casa che ha arredato con estrema discrezione, tutta giocata sui toni beige. «Amo i colori che non impegnano, sempre nuovi perché non lo sono mai: fa parte della mia natura non dare mai pugni in faccia alla gente», dice, «questo vale in privato come nelle cose che creo». Una casa dove vive assieme a un gatto persiano blu e a un vecchio bulldog di grande pedigree mentre un discreto cameriere governa il tranquillo ménage.

Riservato, schivo della mondanità, appare raramente all'ribalta, proprio quando deve come alla fine di una sua sfilata oppure quando (complice il socio Galeotti che cura l'immagine pubblicitaria della ditta) non combina qualche festa, com'è avvenuto di recente, di ventata subito «la festa» per la Milano che conta, un raduno esclusivo da far parlare i rotocalchi specializzati. Allora indossato un suo blazer blu, camicia bianca a collo sfocciato cravatta di seta a quadratini bocciolo di rosa all'occhiello Armani ha fatto da padron d'casa ai suoi molti ospiti secondo l'ultimissima «moda retro» indossavano smoking appena rivistiti signore luccicanti di lustrini e paillettes, velette e turbanti, volpi e cappellini. Un'orgia di «nuovi vestiti vecchi», come ha annotato una cronista, una sorta di «ballo in maschera» volutamente datato Anni Cinquanta o anche prima.

«Si dice e si ridice che l'Italia sta attraversando la crisi più nera», dice Armani, «si è gettata la gente in uno stato assolutamente depressivo, da ultima spiaggia. Mi sembra quindi del tutto normale che per reagire uno abbia anche voglia di comprarsi del caviale o una senta il bisogno di un bel vestito. Non puoi cambiare il governo, allora ti cambi almeno l'abito, per dirla paradossalmente».

La crisi, certo, anche se per la nostra alta moda (o meglio per il «pret à porter») non sono certo questi anni di depressione. Anzi il mercato lire «prattutto all'estero dove l'italian look sta vivendo un periodo felicissimo, da spodestare del tutto i maestri francesi, specie oltre Oceano».

In questo mondo — che pare muova affari per 3 mila miliardi — lo stilista piacentino gioca un ruolo di primissimo piano. Un'ulteriore ondata di popolarità gli verrà fra non molto quando sugli schermi di tutto il mondo apparirà American Gigolo, l'atteso film di John Travolta per il quale Armani ha disegnato una trentina di vestiti.

Intanto la sua collezione della prossima primavera è già stata comperata a scatola chiusa dai più qualificati compratori esteri. Un'ascesa, insomma, che continua.

man.