

ITALIANO L2 E STORIA DELLA MODA ITALIANA. DAGLI ANNI CINQUANTA AGLI ANNI DUEMILA¹

A cura di Nicoletta Cherubini

ATTIVAZIONE

Il **12 febbraio 1951** nasce l'**Alta Moda italiana** a Firenze. Giovanni Battista Giorgini organizza nella propria residenza fiorentina (Villa Torrigiani) il **First Italian High Fashion Show**, la prima presentazione di Alta Moda italiana per compratori esteri, *buyer* dei più importanti *department store* americani e internazionali. Il successo è immediato e la sfilata da allora in poi si trasferisce a **Palazzo Pitti**, nella meravigliosa **Sala Bianca** e resterà sotto la sua direzione fino al 1965. La Sala Bianca, costruita nel 1458 e acquistata dalla famiglia dei Medici nel 1549, resterà la "cattedrale" della *haute couture* italiana fra il 1951 e il 1982².



Fig. 1. Sfilata Autunno-Inverno di Jole Veneziani, Sala Bianca di Palazzo Pitti, Firenze 1964.
Foto Wien Winklered (Fondazione Bano di Padova, Archivio Jole Veneziani)³

¹ Testi liberamente tratti e/o ispirati da: *Archivi della moda del Novecento*, a cura del Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo. URL http://www.moda.san.beniculturali.it/wordpress/?page_id=271 Ultimo accesso 08.07.2016; e dalla voce «Moda» in Wikipedia. URL <https://it.wikipedia.org/wiki/Moda> . Ultimo accesso 08.07.2016.

² Per approfondimenti: Vergani, G., 1992, *La Sala Bianca: nascita della moda italiana*, Electa: Milano.

³ Cfr. URL

<http://www.moda.san.beniculturali.it:8081/PdM/AssetViewDetails.aspx?assetid=96797&assettype=MibacMetsSan>
Ultimo accesso 08.07.2016.

1 PARLARE Descrivi ciò che vedi nella foto che precede, con l'aiuto delle parole qui sotto.

Situazione: *buyer - collezione - evento di moda - passerella - pubblico - sala - sfilata.*

Persone: *modella, indossatrice - alta/bassa - trucco - acconciatura.*

Vestiario: *capo, modello, abito - manica lunga/corta/abito senza maniche - décolleté (scollo) - da giorno/da sera.*

Accessori: *guanti - pelliccia - scialle.*

2 VIDEO Guarda un breve video di una sfilata di moda del 1953 (2 min.)⁴.



Rispondi alle domande.

1) Dove si svolge la sfilata?

.....
.....

2) Quali grandi case di moda partecipano?

.....
.....

3) Che cos'è il tessuto *popeline*?

.....
.....

4) Quali altri nuovi tessuti sono protagonisti della sfilata?

.....
.....

5) Quale abito o accessorio ti è piaciuto di più? Perché?

.....
.....

⁴ Cfr. *Moda italiana a Firenze*. «La Settimana Incom» 00901 (1953), URL <https://www.youtube.com/watch?v=V9F7Vz3Gkhw>. Ultimo accesso 01.06.2016

GLI ANNI CINQUANTA

3 LEGGERE

Gli anni Cinquanta nel mondo

Due giovani talenti conquistano la scena della *haute couture* parigina. **Pierre Cardin** rivoluziona l'alta moda, poiché **introduce linee geometriche** e nuovi materiali (come il vinile, che **utilizza** per il suo **space look**) e **interpreta** in modo nuovo il ruolo dello **stilista**; per primo lavora per i grandi magazzini e produce una propria **linea** di **prêt-à-porter**. Nel 1958 **Yves Saint Laurent**, che ha iniziato la sua carriera da Dior, **presenta** la linea di abiti **a trapezio**: vestiti **a forma di sacco**, stretti in alto e svasati verso il basso, lunghi fino al ginocchio. Saint Laurent alza di sette centimetri l'orlo della gonna e crea la gonna al di sopra del ginocchio e molto caos fra gli stilisti. Nel 1954, quindici anni dopo la **chiusura**, riapre la **Maison** Chanel. Sempre a Parigi domina ancora **Christian Dior**, che propone una donna elegante e raffinata, modella il corpo femminile e insiste sull'**uso** degli **accessori** (guanti, scarpe col tacco e cappelli). Nel 1954 **Coco Chanel** riapre la sua casa di moda. Si sviluppa sempre di più la **moda per il tempo libero**, con la **creazione** del **bikini**, di nuovi **modelli** di pantaloni sportivi adatti anche al **ballo** sfrenato (*rock'n roll*) e della maglieria da boutique.



Fig. 2. Un modello di Dior (vintage collection 1947): spalle morbide, vita di vespa, seno in evidenza⁵.



Fig. 3. Marlon Brando crea un nuovo trend di abbigliamento nel film *Il selvaggio*⁶.

⁵ Cfr. URL <http://dirtyfabulous.blogspot.it/2016/02/coveting-vintage-necklines.html>. Ultimo accesso 08.07.2016.

⁶ Cfr. URL <http://www.cinefatti.it/il-selvaggio-film/>. Ultimo accesso 08.07.2016.

4 MORFOLOGIA E LESSICO Lavora sul testo che precede.

Osserva come gran parte degli aggettivi sono a 4 forme (es. 1) o a 2 forme (es. 2).

Es. 1: un modello americano**o**, una sfilata americana**a**, dei modelli americani**i**, delle sfilate americane**e**.

Es. 2: un modello milanese**e**, una sfilata milanese**e**; dei modelli milanesi**i**, delle sfilate milanesi**i**.

1. Cerca nel dizionario il significato delle espressioni in carattere **blu** e crea una frase con ogni espressione.

Es.: Allo stilista Courrèges piacevano le **linee geometriche**.

2. Sottolinea nel riquadro sottostante il sinonimo corrispondente a ogni parola straniera contenuta nel testo, come nell'esempio. Quale parola è un intruso?

Es.: alta moda > haute couture

alta moda - casa di moda - un tipo di accessorio - produzione in serie degli abiti – un costume da bagno in due pezzi- stile e aspetto esteriore di una persona e di una cosa

3. Cerca nel dizionario il significato dei **verbi** e dei **sostantivi** che non conosci.

4. Trasforma i seguenti **verbi** in sostantivi e i **sostantivi** in verbi, come nell'esempio:

rivoluzionare <i>rivoluzione</i>	ballo <i>ballare</i>
introdurre	modello
utilizzare	creazione
interpretare	chiusura
presentare	uso

5 VERIFICA Dopo aver letto il testo che precede, abbinare gli stilisti ai loro trend:

Stilisti	Trend
Cardin	accorcia la lunghezza della gonna
Chanel	è un pioniere del <i>prêt-à-porter</i> di lusso
Dior	inventa il bikini
Saint Laurent	preferisce linee geometriche
	propone abiti a trapezio
	sottolinea l'importanza degli accessori

6 LEGGERE

Gli anni Cinquanta in Italia

La moda italiana nasce negli anni Cinquanta, in un panorama dominato dalla moda **francese**. Alla fine della seconda guerra mondiale Parigi è il centro della moda, anche grazie al **lancio** del “**New look**” di **Dior** nel 1947. Ma in quel periodo il cinema e la televisione (che in Italia nasce nel 1954) **diffondono** in Europa anche le **mode americane**: un nuovo modo di vestire con i **blue jeans**, la **t-shirt** e la **giacca in pelle**.

Questo tipo di abbigliamento piace molto ai giovani e per la prima volta, nella moda, l’opinione delle masse comincia a **contare**, insieme all’opinione dei grandi sarti: così comincia il **consumo di massa** nella moda.

Nel 1952 nasce a Firenze l’**industria della moda italiana**, **inaugurata** con la prima di molte sfilate a Palazzo Pitti. **Partecipano** alla sfilata le case di moda italiane come Biki, Simonetta Fabiani, le sorelle Fontana, Emilio Pucci, Emilio Schuberth e Jole Veneziani, che si vogliono staccare dal **dominio** dei modelli **parigini**.

Già un anno prima Giovanni Battista Giorgini **aveva organizzato** una sfilata, il **First Italian High Fashion Show**, che **aveva segnato** la nascita della moda italiana. L’evento era stato importante per due motivi: primo, sulla passerella **avevano sfilato** creazioni **sartoriali** solo italiane di importanti case di moda **fiorentine**, **milanesi** e **romane**, che avevano accettato di presentare i loro modelli in una sfilata collettiva per la primavera-estate 1951. Secondo, la sfilata si era svolta subito dopo gli appuntamenti di moda a Parigi: questo era stato un espediente pensato per attirare a Firenze i grandi **buyer** e i rappresentanti dei grandi magazzini internazionali di USA e Canada. In quella città i **buyer** avevano trovato collezioni completamente nuove; infatti le case di moda italiane non avevano avuto il tempo necessario per ricevere e per elaborare le nuove tendenze lanciate da Parigi. Giorgini conosceva bene il mercato e i gusti **americani**. Sapeva che tutta la **produzione** delle case di moda italiane (l’alta sartoria, i modelli di **boutique**, le **creazioni** per lo sport e per il tempo libero) era perfetta per soddisfare i bisogni del mercato **statunitense**, dove la ricchezza economica aveva creato un consumismo che non poteva dipendere solo dalle creazioni parigine.

Dopo l’evento di Firenze, il **magazine** americano «Time» pubblicò un articolo in cui **commentava** la sfilata fiorentina; così i lettori appresero che i modelli **italiani costavano** circa la metà di quelli francesi e che erano comunque di alta qualità. Il giornalista concluse l’articolo con la frase «*Cause for worry*», perché gli stilisti italiani cominciarono a preoccupare seriamente i **couturier** francesi.

Questo decennio ha visto la conquista italiana dei mercati **internazionali** e ha confermato l’importanza di Roma come capitale della moda italiana.

7 LESSICO Lavora sul testo che precede.

1. **Cerca nel dizionario il significato degli aggettivi e forma delle frasi mettendo gli aggettivi al singolare e al plurale, maschile e femminile.**

Es.: un modello americano; una sfilata americana; dei modelli americani; delle sfilate americane.

francese
americano
parigino
sartoriale
fiorentino
milanese
romano
statunitense
italiano
internazionale

2. Trova un sinonimo italiano per ogni parola straniera.

new look
blue-jeans
t-shirt
show
buyer
boutique
magazine
couturier

3. Cerca nel dizionario il significato dei verbi e dei sostantivi.

4. Indica l'infinito dei verbi coniugati:

diffondono
Inaugurata
partecipano
aveva organizzato
aveva segnato
avevano sfilato
commentava
costavano

5. Trasforma i seguenti verbi in sostantivi e i sostantivi in verbi, come nell'esempio.

diffondono <i>diffusione</i>	lancio <i>lanciare</i>
contare	consumo di massa
Inaugurata	dominio
partecipano	produzione
aveva organizzato	creazioni
avevano sfilato	
commentava	
costavano.....	

8 GRAMMATICA

Per parlare di storia e del passato puoi usare il “presente storico” oppure i tempi verbali passati, come hai visto nel testo che precede. Esercitati a usare diversi tempi verbali in italiano, in base alla “espressione della temporalità” che vuoi (o devi) esprimere in base al contesto di cui parli.

Presente storico (presente indicativo): ti serve per esprimere eventi anteriori al momento in cui tu parli/scrivi e serve per far sentire “più vicini” quegli eventi a chi ti ascolta/legge.

Es.: Nel 1952 **nasce** a Firenze l’industria della moda italiana.

Passato prossimo indicativo: ti serve principalmente per indicare un evento concluso nel passato.

Es.: Nel 1952 **è nata** a Firenze l’industria della moda italiana.

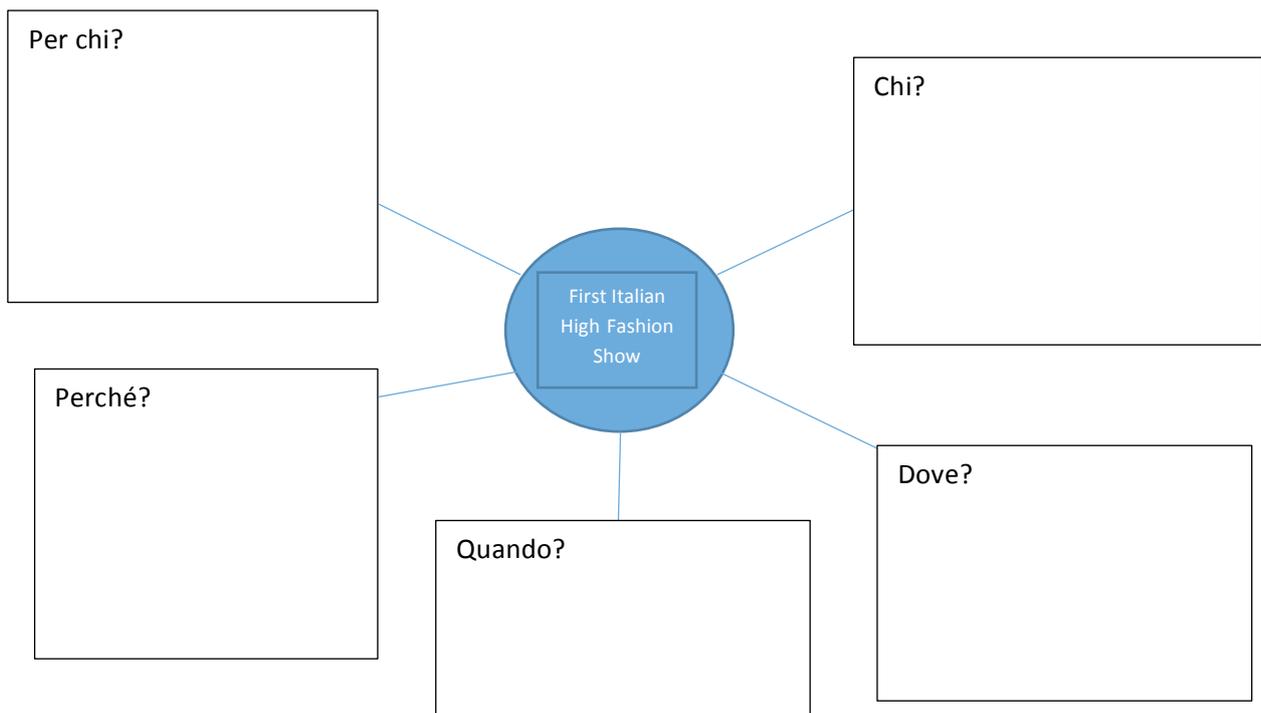
Passato remoto indicativo: ti serve per esprimere un evento avvenuto in un passato che è lontano e staccato da te.

Es.: Nel 1952 **nacque** a Firenze l’industria della moda italiana.

Trapassato prossimo indicativo: lo puoi usare principalmente per indicare un evento compiuto *prima di un altro* evento del passato.

Es.: Un anno prima, nel 1951, Giorgini **aveva organizzato** il primo evento di Alta Moda italiana. **Era stato** un evento di grande successo.

9 SCRIVERE Disegna una mappa mentale per descrivere il *First Italian High Fashion Show*. Specifica: Chi l’ha organizzato? Dove? Quando? Perché? Per chi?



GLI ANNI SESSANTA

10 LEGGERE

Gli anni Sessanta nel mondo

Negli anni Sessanta **Parigi** non decide più la moda, che si sposta a **Londra**. Sono anni di grande protesta e di rinnovamento generazionale che hanno un forte influsso anche sulla moda. Nel 1964 inizia la Guerra del Vietnam e nel 1968 scoppiano le contestazioni studentesche in Europa. I **giovani** rifiutano completamente l'*élite* della moda e si vestono con **jeans** e **scarpe da tennis**. La moda si accorge di loro e la società dei consumi riesce a prendere il controllo della loro protesta e a trasformare il rinnovamento generazionale in una fonte di guadagno commerciale. Le passerelle parigine sorprendono, perché ospitano le collezioni di **stilisti giapponesi** emergenti, come Hanae Mori, Kenzo Takada, Kansai Yamamoto, Issey Miyake.

In **California** un piccolo gruppo di giovani intellettuali, la **beat generation**, crea una nuova filosofia di vita basata sulla ricerca della libertà.

In **Inghilterra** la **musica Beat** dei Beatles e dei Rolling Stones aggrega milioni di fan adolescenti, che copiano i colori sgargianti e i vestiti dei loro idoli (pantaloni corti e stretti, giacchette strette, uniformi con spalline militari e stivaletti alla caviglia indossati dai Beatles; camicie e pantaloni di seta, collane e braccialetti, preferiti dai Rolling Stones). **Londra** diventa un punto di riferimento della moda dei giovani, che è fatta di abiti colorati e attillati. Gli stereotipi femminili da seguire non sono più le attrici di Hollywood, ora sostituite dalle **indossatrici** delle riviste di moda come Jean Shrimpton, Twiggy e Veruschka; sono donne famose in tutto il mondo, magrissime, con la pelle chiara e con grandi occhi molto truccati.



Fig. 4. La modella Twiggy⁷

⁷ Cfr. URL <https://en.wikipedia.org/wiki/Twiggy>. Ultimo accesso 08.07.2016.

11 CAPIRE Le seguenti frasi sono riformulazioni del testo che precede. Inserisci in ogni spazio il connettivo adatto fra quelli indicati:

che – e.

1. Il centro della moda si trasferisce a Londra, domina su Parigi.
2. In questi anni i giovani protestano rifiutano la moda.
3. I divi della musica *Beat* vestono colori vivaci i loro *fan* li imitano.
4. Londra decide la moda dei giovani, è fatta di abiti stretti e pieni di colori.

ma – perché.

5. Le passerelle parigine presentano una novità, fanno posto alla creatività dei giovani stilisti giapponesi.
6. Le nuove generazioni protestano, l'industria dei consumi riesce a fare soldi sfruttando il disagio giovanile.
7. Le attrici di Hollywood erano donne bellissime ora sono soppiantate dalle modelle internazionali.

12 COMPrensione SCRITTA Inserisci nel testo le parole mancanti, che trovi nel riquadro qui sotto.

anti-moda - calzamaglie - cuciture -diritti - jeans - look - maglia a coste - maxicappotto - Midi - minigonna - moda pronta - modella - reggicalze - scarpa - spaziale - stivaletti - trasparenti

Il mondo giovanile esprime un senso di malessere e di ribellione, anche attraverso la contestazione dei **simboli dell'abbigliamento tradizionale**. I giovani rifiutano colletti, pantaloni con la piega, giacca e classica e preferiscono **colli alti**, e *fuseaux*, **eskimo** e **mocassini**. Il **mini abito** di **Mary Quant** e il corpo da adolescente della Twiggy diventano i simboli del femminile degli anni Sessanta.

Mentre i ragazzi di **Londra** si dividono fra *rockers* e *mods*, negli **Stati Uniti** nasce il *look hippie*, una forma di che diventa un segno di identificazione del movimento giovanile, rifiuta il consumismo e condanna la guerra del Vietnam. A Londra nel 1964 Mary Quant lancia la ,che scopre molto le ginocchia, quindi i passano di moda e sono sostituiti dai **collant** colorati; la stilista lancia anche la moda della o *skinny rib*, che fascia la parte superiore del corpo.

A Parigi **Yves Saint Laurent** in questo periodo apre *Rive Gauche*, una famosa catena di negozi di L'unico stilista francese che segue la moda giovane è **André Courrèges**, che propone **gonne** corte con senza tacco, bianche e linee geometrizzate e fa grande uso di **pantaloni**, che diventano molto importanti anche nel guardaroba femminile. Fra le novità lanciate in Francia: Courrèges lancia la **moda** ispirata al primo sbarco dell'uomo sulla Luna (20 luglio 1969). **Paco Rabanne** crea abiti metallici senza fatti di piastrine agganciate fra loro con anelli. Si diffondono i **tessuti sintetici e acrilici**. Si sviluppa il legame fra moda e arte (*Pop Art* e *Optical Art*).

Alla fine del periodo coesistono molti stili sovrapposti: **abiti unisex** (come la giacca *sahariana* lanciata da Saint Laurent), abiti in stile **nude look**, abiti corti e lunghi. Le lunghezze sono **Mini**, **Maxi** (ad

esempio la minigonna è indossata sotto il , lanciato a partire dal 1967 grazie al successo del film *Il dottor Zivago*) e anche, una via di mezzo fra le due.

13 LEGGERE Ora leggi il testo completo.

Il mondo giovanile esprime un senso di malessere e di ribellione, anche attraverso la contestazione dei **simboli dell'abbigliamento tradizionale**. I giovani rifiutano colletti, pantaloni diritti con la piega, giacca e scarpa classica e preferiscono **colli alti, jeans e fuseaux, eskimo e mocassini**. Il **mini abito di Mary Quant** e il corpo da adolescente della modella Twiggy diventano i simboli del *look* femminile degli anni Sessanta.

Mentre i ragazzi di **Londra** si dividono fra *rockers* e *mods*, negli **Stati Uniti** nasce il *look hippie*, una forma di **anti-moda** che diventa un segno di identificazione del movimento giovanile, rifiuta il consumismo e condanna la guerra del Vietnam. A Londra nel 1964 Mary Quant lancia la **minigonna**, che scopre molto le ginocchia, quindi i **reggicalze** passano di moda e sono sostituiti dai **collant** colorati; la stilista lancia anche la moda della **maglia a coste** o *skinny rib*, che fascia la parte superiore del corpo.

A Parigi **Yves Saint Laurent** in questo periodo apre *Rive Gauche*, una famosa catena di negozi di **moda pronta**. L'unico stilista francese che segue la moda giovane è **André Courrèges**, che propone **gonne** corte con **stivaletti** senza tacco, **calzamaglie** bianche e linee geometrizzate e fa grande uso di **pantaloni**, che diventano molto importanti anche nel guardaroba femminile. Fra le novità lanciate in Francia: Courrèges lancia la **moda spaziale** ispirata al primo sbarco dell'uomo sulla Luna (20 luglio 1969). **Paco Rabanne** crea abiti metallici senza cuciture, fatti di piastrine agganciate fra loro con anelli. Si diffondono i **tessuti sintetici e acrilici**. Si sviluppa il legame fra moda e arte (*Pop Art* e *Optical Art*).

Alla fine del periodo coesistono molti stili sovrapposti: **abiti unisex** (come la giacca *sahariana* lanciata da Saint Laurent), abiti trasparenti in stile **nude look**, abiti corti e lunghi. Le lunghezze sono **Mini, Maxi** (ad esempio la minigonna è indossata sotto il **maxicappotto**, lanciato a partire dal 1967 grazie al successo del film *Il dottor Zivago*) e anche **Midi**, una via di mezzo fra le due.

14 DISEGNARE Lavora sul testo che precede. Ricerca su Internet o fai qualche schizzo di capi di vestiario "anti-tradizionali" indossati dai giovani negli anni Sessanta: *jeans, fuseaux....*

15 LEGGERE

Gli anni Sessanta in Italia

La moda italiana **diventa** più forte nel mondo, grazie ai successi raccolti negli anni Cinquanta dalle sue firme (*griffes*) ormai note, come le **sorelle Fendi**, che **diventano** famose nei mercati internazionali grazie alla collaborazione con Karl Lagerfeld, che **rinnova** il taglio e i materiali. Tra i giovani stilisti di talento **emergono** Mariuccia Mandelli (**Krizia**, che nel 1966 fonda la Krizia Maglia); e Ottavio **Missoni** e Rosita **Missoni**, che **presentano** le loro prime collezioni di maglieria. In Italia marchi innovatori come Krizia e Missoni **promuovono** il *prêt-à-porter*: **sono** i primi a **proporre** modelli semplici, creati con **materiali** nuovi e **abbinamenti** audaci che **aprono** una rivoluzione dello stile e del tipo di produzione. Però la moda italiana **incontra** già alcuni problemi, sia a causa delle rivalità che contrappongono Firenze e Roma, sia per le difficoltà economiche del settore dell'Alta Moda, che **risente** di costi di gestione troppo elevati. Alcune case di moda **decidono** di orientarsi verso la produzione di *prêt-à-porter* di lusso.

Ma per l'Italia la grande novità di questi anni **è** il successo dell'industria **dell'abbigliamento confezionato in serie**, che finalmente **diffonde** fra i consumatori italiani le innovazioni introdotte nella seconda metà degli anni Cinquanta con la "rivoluzione delle taglie." Così, per la prima volta, anche in Italia **nasce** un'alternativa alla produzione delle grandi case di moda. Nonostante i pregiudizi culturali e commerciali degli italiani contro l'"abito pronto" e un sistema distributivo antiquato, l'industria della moda **si rafforza**: le aziende di abbigliamento, come Gruppo Finanziario Tessile, Marzotto e Max Mara, **si moltiplicano** e **investono** molti soldi in capitale fisso, *marketing* e distribuzione. Sta nascendo l'**industria della moda** italiana.

16 GRAMMATICA Metti al tempo passato prossimo i verbi della lettura che precede, come nell'esempio.

Es.: La moda italiana **diventa** > **è diventata** più forte nel mondo.

diventano
rinnova
emergono
presentano
promuovono
sono
proporre
aprono
incontra
risente
decidono
è
diffonde
nasce
si rafforza
si moltiplicano
investono

17 VERIFICA

1. Collega i paesi alle rispettive creazioni di moda degli anni Cinquanta e Sessanta.

	i jeans
Francia	i pantaloni da donna
Italia	il maxicappotto
Inghilterra	la maglieria di Krizia e Missoni
Russia	la giacca di pelle
U.S.A.	la maglia a coste
	la minigonna
	la sahariana

2. Scrivi per ogni data le parole chiave principali che hai trovato nei testi sulla moda degli anni Cinquanta e Sessanta.

1947 1951
1952 1954
1964 1967
1968 1969

18 RICERCA IN RETE Trova su Internet alcune immagini della produzione di: Fendi, Gruppo Finanziario Tessile, Krizia, Max Mara, Marzotto, Missoni. Poi descrivi a un'altra persona le fogge e i colori dei capi. Usa le seguenti espressioni:

1. (piacere) *Mi piace (mi piacciono) di più/di meno/abbastanza...*
2. (piacere) *Non mi piace (non mi piacciono) affatto...*
3. (preferire) *Preferisco...*
4. (sopportare) *Non sopporto...*



Fig. 5. Il fenomeno Missoni nasce con forza nel 1958, quando appaiono ai grandi magazzini La Rinascente di Milano diciassette manichini con indosso un abito interamente realizzato con la sua tipica e inimitabile maglia⁸

⁸ Fonte: <http://www.pifebo.com/blog/moda/missoni-.php#.UxmokGHuKE4>.

GLI ANNI SETTANTA

19 LEGGERE

Gli anni Settanta nel mondo

Nel mondo occidentale continua un profondo cambiamento culturale e la moda degli anni Settanta lo rispecchia, creando una specie di “**anti-moda**,” un simbolo di libertà. In questa “**moda controcorrente**” gli **hippy** indossano abiti larghi e trasparenti (**tuniche, camicioni**) a **colori** molto vivaci e decorati da grandi **fiori**. I **monili** sono fra gli accessori molto utilizzati. I **capelli** sono poco curati.

Il **movimento femminista** adotta le **gonne lunghe**, i **vestiti trovati nei mercatini dell'usato** e gli **zoccoli**. Secondo un'opinione comune, la **moda dei giovani** tende a esprimere la loro posizione ideologica: chi ha idee di destra porta accessori e abiti di marca, come i *jeans* firmati, gli occhiali da sole *Ray Ban* e le scarpe *Timberland*; invece i giovani di sinistra portano jeans sdruciti, camicie ampie, maglioni molto grandi, occhiali da sole economici, borse a tracolla in cuoio naturale e lunghe sciarpe.

20 LESSICO Dopo aver letto il testo che precede, abbinati sostantivi e aggettivi, facendo i cambiamenti necessari. Talvolta è possibile più di un abbinamento.

	a tracolla
abito	controcorrente
borsa	da sole
colore	economico
cuoio	firmato/griffato
gonna	lungo
<i>jeans</i>	naturale
moda	sdrucito
occhiali	trasparente
vestito	usato
	vivace

Gli anni Settanta in Italia

21 COMPrensione SCRITTA Inserisci nel testo che segue le parole mancanti, con l'aiuto delle parole qui sotto.

anche - Babila - dei - due - ed - i - life - ma - male - manifestare - moda - molto - punto - si (2) - sole - un

Elio Fiorucci comprende per primo in Italia questo tipo di moda controcorrente fatta di stracci e in pochi anni crea a Milano un grande emporio-*bazaar*. Capisce che il marchio può essere elemento indispensabile per attirare l'attenzione giovani compratori e inventa il suo: angioletti vittoriani con pesanti occhiali da Quando i negozi non conoscono ancora concetti di «*total look*» e di ".....-*style*", quando i giovani cominciano a un bisogno di cambiamenti comportamentali, sociali esistenziali, il negozio Fiorucci di San a **Milano**, diventa subito il loro di riferimento. Il suo emporio diventa un punto d'incontro e ci può trovare di tutto: **abiti** rifiniti , **zatteroni** altissimi e pericolosi, **felpe**, **jeans**, anche **gadget** molto colorati. A lui deve l'introduzione del **tessuto elasticizzato** nella , che gli permette di inventare **tute** aderenti adatte alla *disco-dance*.



Fig. 6. Il marchio di Elio Fiorucci



Fig. 7. Zatteroni



Fig.8. Hot pants

22 LEGGERE Ora leggi il testo completo.

Elio Fiorucci comprende per primo in Italia questo tipo di moda controcorrente fatta di stracci e in pochi anni crea a Milano un grande emporio-*bazaar*. Capisce che il marchio può essere un elemento indispensabile per attirare l'attenzione dei giovani compratori e inventa il suo: due angioletti vittoriani con pesanti occhiali da sole. Quando i negozi non conoscono ancora i concetti di «*total look*» e di «*life-style*,» quando i giovani cominciano a manifestare un bisogno di cambiamenti comportamentali, sociali, ed esistenziali, il negozio Fiorucci di San Babila a **Milano**, diventa subito il loro punto di riferimento. Il suo emporio diventa anche un punto d'incontro e ci si può trovare di tutto: **abiti** rifiniti male, **zatteroni** altissimi, **felpe**, **jeans**, ma anche **gadget** molto colorati. A lui si deve l'introduzione del **tessuto elasticizzato** nella moda, che gli permette di inventare **tute** molto aderenti adatte alla *disco-dance*.

23 LEGGERE

Moda pronta, moda etnica e altre novità

Arriva la crisi e la clientela delle case di moda diminuisce. A causa di molti scioperi nel periodo 1970-75 molte industrie che lavorano nell'indotto dell'abbigliamento sono obbligate a chiudere. Per uscire dalla crisi le case di moda producono **moda pronta** e mettere le modelle in passerella diventa sempre più raro e costoso.

Adesso esistono molte mode, fra le quali la **moda etnica**: la gente indossa abiti di foggia orientale, indiano-americana, indiana e peruviana. La **maglieria** ha un enorme successo grazie alla stilista francese **Sonia Rykiel**. La moda tipica del **femminismo** preferisce un *look* caldo e un po' "straccione": le donne indossano le **maglie** una sull'altra, portano il **berretto**, la **sciarpa** e gli **scaldamuscoli** da ballerina.

Tra le novità, nei primi anni Settanta si diffondono gli **hot pants** (pantaloncini più corti delle minigonne). Lo stilista più importante di questi anni è **Yves Saint Laurent**, che si ispira alle idee fantasiose viste in strada e produce una forte innovazione nel guardaroba femminile; infatti trasforma per la donna dei capi normalmente destinati alla moda maschile, come lo **smoking**, il **tailleur pantalone**, il **trench**, i **knickerbokers**. Ama il **folklore** e realizza due famose collezioni in stile russo e in stile cinese, ma si ispira anche all'**arte**: al *pop*, al cubismo (collezione Picasso) e al fauvismo.

24 LESSICO Scrivi nelle caselle i capi e gli accessori stile "anni Settanta" menzionati nel paragrafo che precede.

ABITI	MAGLIE	PANTALONI/GONNE	SCARPE	ACCESSORI

25 CAPIRE Abbina i capi di vestiario agli stilisti che li hanno resi famosi negli anni Settanta.

Fiorucci	felpa
Krizia	<i>gadget colorati</i>
Missoni	<i>hot pants</i>
Sonia Rykiel	<i>jeans</i>
Yves Saint Laurent	<i>knichkerbockers</i>
	maglieria
	<i>tailleur</i> pantalone
	tessuto elasticizzato
	<i>trench</i>
	tuta elasticizzata
	zatteroni

26 VERIFICA Segna con una X se le frasi sono vere o false.

	V	F
1. La moda va contro i canoni tradizionali.	___	___
2. La moda femminista è divisa secondo le idee politiche delle donne.	___	___
3. C'è una grande varietà di fogge e colori, anche da idee prese dalla strada.	___	___
4. Le case di moda non producono moda pronta.	___	___
5. Si sviluppa una contaminazione fra arti figurative e moda.	___	___

GLI ANNI OTTANTA

Gli anni Ottanta nel mondo

27 COMPrensione SCRITTA Inserisci nel testo che segue le parole mancanti, con l'aiuto delle parole qui sotto.

a (2) - abbinata - acronimo - Borsa - cervelli - che - corpo - culturismo - di - e - elettronicamente - femminile - globalizzazione - gonfiano - i - immagine - in - la (2) - le - loro - permette - poi - prodotti - progressivamente - riflettere - secondo - sia - snella - spalle - specialmente - su - tempo - un - USA - velocemente.

In questi anni la professione dello stilista si rinnova grazie all'evoluzione delle **strategie di marketing**: **l'immagine** ora diventa importante come l'ottima qualità e fattura dei capi di abbigliamento. Infatti si è creato un grande giro di affari produce moda a 360°, mentre la ha creato condizioni di dura **concorrenza**.

..... agenzie pubblicitarie e i **curatori d'**..... pensano a un **target** ben preciso. marchi si creano i loro **siti** **Internet** sia per attirare l'attenzione per la vendita diretta dei loro più popolari. I grandi sarti continuano organizzare sfilate dei loro modelli, che traducono nel *prêt-à-porter*.

Ora **tecnologia del computer** si evolve e di disegnare e colorare i figurini , senza l'aiuto del figurinista. Negli domina uno stile classico contemporaneo, mentre Giappone si verifica una «fuga dei» fra gli stilisti giapponesi, che emigrano Parigi dove possono esprimere meglio la creatività e che propongono capi fatti stoffe poco tradizionali e cuciti con taglio perfetto.

L'**ideale di bellezza** si ispira alla donna sportiva e , muscolosa e ambiziosa, sempre vestita adeguatamente. *pop star* Madonna impersona questo ideale, cui è possibile modellare il proprio attraverso l'aerobica, le diete, il e le cure di bellezza. Per queste caratteristiche della donna *manager le* **dei vestiti femminili** si allargano e; è molto diffusa la **giacca-tailleur** alla **valigetta porta documenti**. Allo stesso nasce negli USA il fenomeno **Yuppie**, di *Young Urban Professional*. Arrampicatore sociale ambizioso, lo *yuppie* lavora spesso in , ha pochi scrupoli e vuole arricchirsi Frequenta ambienti *chic* e veste italiano, Armani e Versace.

28 LEGGERE e COMPLETARE Ora leggi il testo completo e ricerca nel dizionario le parole che non conosci. Poi completa le frasi riferite a 5 punti chiave espressi dal testo.

In questi anni la professione dello stilista si rinnova grazie all'evoluzione delle **strategie di marketing**: **l'immagine** ora diventa importante come l'ottima qualità e fattura dei capi di abbigliamento. Infatti si è progressivamente creato un grande giro di affari che produce moda a 360°, mentre la globalizzazione ha creato condizioni di dura **concorrenza**. Le agenzie pubblicitarie e i **curatori d'immagine** pensano a un **target** ben preciso. I marchi si creano i loro **siti** su **Internet** sia per attirare l'attenzione sia per la vendita diretta dei loro prodotti più popolari.

I grandi sarti continuano a organizzare sfilate dei loro modelli, che poi traducono nel *prêt-à-porter*. Ora la **tecnologia del computer** si evolve e permette di disegnare e colorare i figurini elettronicamente, senza l'aiuto del figurinista. Negli **USA** domina uno stile classico contemporaneo, mentre in Giappone si verifica una "fuga dei cervelli" fra gli stilisti giapponesi, che emigrano a **Parigi** dove possono esprimere meglio la loro creatività e che propongono capi fatti di stoffe poco tradizionali e cuciti con un taglio perfetto.

L'**ideale di bellezza femminile** si ispira alla donna sportiva e snella, muscolosa e ambiziosa, sempre vestita adeguatamente. La pop star Madonna impersona questo ideale, secondo cui è possibile modellare il proprio corpo attraverso l'aerobica, le diete, il culturismo e le cure di bellezza. Per riflettere queste caratteristiche della *donna manager* **le spalle dei vestiti femminili** si allargano e gonfiano; è molto diffusa la **giacca-tailleur** abbinata alla **valigetta porta documenti**. Allo stesso tempo nasce negli USA il fenomeno **Yuppie**, acronimo di *Young Urban Professional*. Arrampicatore sociale e ambizioso, lo *yuppie* lavora spesso in Borsa, ha pochi scrupoli e vuole arricchirsi velocemente. Frequenta ambienti *chic* e veste italiano, in special modo Armani e Versace.

1. La professione dello stilista
2. La globalizzazione
3. I grandi sarti
4. La bellezza femminile
5. Il fenomeno *Yuppie*

29 LEGGERE

Gli anni Ottanta in Italia

Anche in Italia la moda di questo decennio riflette nuovi elementi di costume, come l'attenzione per la **fitness**, il **culto del successo** e l'**internazionalità dell'industria** della moda, che smette di dipendere solo dal gusto e dai modelli imposti dall'alta sartoria francese. In Italia si comincia a fare moda secondo uno stile diverso. Infatti una importante parola chiave della moda italiana degli anni Ottanta è il marchio del «**Made in Italy**,» un **trend** favorito dalle nuove ed efficienti **strategie di marketing** adottate dagli stilisti più famosi del periodo, come **Giorgio Armani**, **Dolce & Gabbana (D&G)**, **Gianfranco Ferrè**, **Krizia**, **Missoni** e **Gianni Versace**.

D&G ha successo anche grazie alla **pop star Madonna**, che adora gli **abiti** caratterizzati da un erotismo **chic** e trasandato, con **calze nere** e **lingerie** da portare in vista.

Ma non bisogna dimenticare, in controtendenza, l'esistenza di una **cultura urbana giovanile**, caratterizzata dal **movimento punk** e dalla sua scelta di un **look** eversivo. **Milano** diventa capitale della moda, davanti a Venezia, Firenze e Roma.



Fig. 9. Un poster sul Made in Italy

30 LESSICO Segna accanto a ogni parola qui sotto il suo sinonimo straniero nel testo sopra:

aspetto
biancheria intima
elegante
forma fisica
tendenza

31 RICERCA IN RETE

1. Imposta una ricerca per immagini digitando le parole chiave «**Made in Italy**»: scorri le immagini e fai un elenco dei prodotti che la Rete presenta come simboli del **Made in Italy**.
2. Fai una nuova ricerca per immagini sulle parole chiave «**moda Made in Italy**». Quali prodotti di moda, marchi e stilisti compaiono di più sullo schermo del tuo computer?

32 VERIFICA Segna con una X se le frasi sulla moda degli anni Ottanta nel mondo e in Italia sono vere o false.

	V	F
1. L'immagine e il marchio diventano importanti.	___	___
2. Gli stilisti curano molto la qualità e la fattura dei capi.	___	___
3. L'e-marketing serve a vendere i prodotti meno conosciuti.	___	___
4. La tecnologia in questi anni non interessa la moda.	___	___
5. La donna ideale in questo periodo è sportiva, sana e ben vestita.	___	___
6. Gli stilisti italiani cominciano a costruire un nuovo <i>trend</i> tutto italiano.	___	___
7. L'industria della moda in Italia domina in tutte le fasce di età.	___	___

GLI ANNI NOVANTA

33 LEGGERE

Gli anni Novanta nel mondo

Fin dall'inizio degli anni Novanta l'Alta Moda francese non riesce più a imporre a tutto il mondo le sue linee di tendenza e deve accettare un grosso ridimensionamento. Tuttavia, le passerelle parigine continuano a esercitare una irresistibile attrazione. In particolare, a Parigi le nuove generazioni di stilisti inglesi cercano visibilità e prestigio e conquistano la direzione stilistica di alcune fra le più importanti case di moda: **John Galliano** lavora per **Givenchy** e per **Dior**; **Alexander McQueen** a soli 24 anni succede a Galliano alla direzione artistica di Givenchy, mentre la casa **Chloé** sceglie **Stella McCartney** come capo *designer*.

Questo decennio vede quindi la presenza di nuove energie creative **inglesi** nelle case di moda **francesi**, ma anche l'affermazione di un gruppo di stilisti **belgi**, detti i «sei di Anversa»: giovani *designer* diplomati all'Accademia della Moda di Anversa che presentano insieme le loro collezioni a Londra con grande successo alla fine degli anni Ottanta. Ad eccezione di Dirk Bikkembergs, che è passato in Italia e ha creato un *lifestyle brand* legato al mondo dello sport, gli altri del gruppo hanno fondato le loro case di moda ad Anversa e le hanno gestite in modo da restare piccoli e autonomi.

Intanto la moda di questo secolo è diventata un fenomeno sempre più internazionale.

34 PARLARE

Rispondi alle domande.

1. Quali sono gli stilisti e le *maison* di spicco della moda degli anni Novanta?

.....
.....
.....
.....

2. Quanto è diventata importante l'industria della moda nel mondo?

.....
.....
.....
.....

35 LEGGERE

Gli anni Novanta in Italia

La moda italiana di questo periodo è caratterizzata da una tendenza estetica che va in molte direzioni. Fanno moda non solo i famosi *couturier francesi* e i grandi **stilisti italiani**, ma anche i prodotti delle *boutique* o dei **grandi magazzini**. Questi ultimi però sono destinati a non essere più attuali entro breve tempo.

Il **ruolo sociale della moda** è ancora vivo, poiché essa contribuisce a creare personalità individuali e a disegnare linee di demarcazione sociali, ma le sue forme concrete si trasformano sempre più rapidamente. Questo cambiamento crea combinazioni originali e contrastanti. Infatti coesistono l'**abbigliamento sportivo elegante**, il **lusso povero** e lo stile «*chic-trasandato.*»



Fig. 10. La Galleria Vittorio Emanuele II di Milano⁹

⁹ Cfr. URL <http://casting.donnamoderna.com/milanoperme/contributo/galleria-vittorio-emanuele-ii/>. Ultimo accesso 08.07.2016.

36 LESSICO Collega ogni parola o espressione nella colonna A con il suo sinonimo nella colonna B.

A	B
alta moda	differente
autonomamente	essere <i>à la page</i>
contrastante	evento
couturier	<i>haute couture</i>
essere di moda	in fretta
fenomeno	misero
fra	ostentazione
lusso	per conto proprio
povero	sarto
rapidamente	<i>shabby chic</i>
tendenza	tra
<i>chic</i> trasandato	<i>trend</i>

37 LESSICO

A. Distingui nella colonna B i significati dei tre modi di dire elencati nella colonna A.

A	B
1. Fare moda	a. Essere attuale/popolare nella moda
2. Andare/essere di moda	b. Non essere più attuale/popolare nella moda
3. Passare di moda	c. Creare una tendenza nella moda (Es.: <i>Le creazioni dello stilista "X" fanno moda.</i>)

B. Inserisci in ogni frase l'espressione giusta che trovi elencata nella precedente colonna A:

- Quest'anno i giovani portano il *gel* nei capelli perché
- Nessuno indossa più i *jeans* sdrucciati perché sono
- Secondo te questo cappello è troppo antico? Oppure ancora
- Anche fra cent'anni la minigonna sempre

38 LEGGERE

I nomi di rilievo

Negli anni Novanta sono ancora molto importanti sia le **case di moda** che hanno una lunga tradizione nella produzione di abbigliamento e di accessori, sia gli **stilisti** che avevano cominciato a fare i primi passi nel mondo della moda solo da pochi anni.

Dopo la crisi degli anni Settanta e Ottanta, **Gucci** è rinata grazie al *designer* americano **Tom Ford** (1961), suo nuovo direttore creativo, che ha favorito un radicale rinnovamento dell'impresa. **Miuccia Prada**, subentrata alla fine degli anni Settanta nella gestione dell'impresa fondata nel 1913, diventa famosa alla metà degli anni Novanta, dopo i primi successi ottenuti con il nuovo *design* di **zaini** e **borse** e con il lancio di una collezione di *prêt-à-porter* nel 1985. Nel 1999, con l'acquisto di una quota dell'azienda della stilista tedesca **Jil Sander**, il marchio Prada si è affermato anche a livello internazionale.

Gianni Versace, **Dolce & Gabbana**, **Gianfranco Ferrè** (divenuto direttore della *Maison Dior*) e molti altri contribuiscono ad alimentare la reputazione della moda italiana in un periodo in cui il suo sistema produttivo comincia a mostrare segnali di crisi. Per le economie industrializzate, il modello produttivo italiano è facilmente riproducibile (**imitazioni**), soprattutto per le lavorazioni a basso contenuto artigianale. Le imprese italiane reagiscono per mezzo della **delocalizzazione** della produzione per abbattere i costi. Intanto, sul mercato internazionale, la **concorrenza dei paesi a basso costo del lavoro** è sempre più aggressiva e mette in difficoltà le aziende italiane che producono abbigliamento confezionato.

39 VERIFICA Segna con una X se le frasi sulla moda degli anni Novanta sono vere o false..

	V	F
1. Tutte le <i>maison</i> italiane sono ancora importanti negli anni Novanta	___	___
2. Gli stilisti di moda che hanno cominciato da poco sono ancora famosi.	___	___
3. Il marchio di Gucci è diventato di nuovo competitivo e si è molto rinnovato.	___	___
4. Prada ha sempre disegnato zaini e borse ed è sempre stata famosa nel mondo.	___	___
5. Il sistema produttivo della moda italiana non sente la crisi di questi anni.	___	___
6. I prodotti italiani sono molto imitati dai paesi industrializzati.	___	___
7. Per abbassare i costi l'industria della moda italiana delocalizza la sua produzione.	___	___
8. La produzione a basso costo dell'abbigliamento diminuisce nei mercati mondiali.	___	___

GLI ANNI DUEMILA

40 LEGGERE

Gli anni Duemila nel mondo

Il decennio presenta un periodo di gravi problemi economici che ha conseguenze sul mercato dei beni dell'abbigliamento e del lusso. Dal 2001 in poi l'instabilità prevale sui mercati internazionali. Il quadro politico internazionale è dominato dall'incertezza e questo influenza negativamente i consumi. Inoltre assistiamo a fenomeni come una maggiore volatilità tipica dell'industria della moda, dove alcuni successi durano molto poco; c'è un forte rallentamento della crescita dei mercati dei Paesi più sviluppati; esiste la tendenza a spostare la produzione verso i Paesi in cui il costo del lavoro è più basso (Cina, Hong Kong, Taiwan e le Filippine).

Comunque in questo decennio il mercato globale della moda cresce, grazie a due fenomeni tipici dell'economia internazionale del nuovo millennio: 1) aumenta la domanda proveniente dalla regione asiatico-pacifica (Australia, Cina, Corea del Sud, Giappone, India, Singapore e Taiwan), che nel 2007 supera l'Europa per valore delle vendite totali (34% contro il 30%), compensando la stagnazione del potere d'acquisto nei mercati sviluppati. 2) Si verifica un progressivo aumento della disuguaglianza nella distribuzione dei redditi, che in molte economie sviluppate, come gli Stati Uniti, genera un divario sempre più evidente tra ricchi e poveri. Questo significa che solo i consumatori della fascia alta dello spettro socio-economico possono mantenere alta la domanda di beni di lusso.

41 SINTASSI

A. Riordina le parole di ogni frase per dare un senso al discorso.

1. economici questo decennio periodo di un grandi problemi presenta

.....

2. la dei ha e conseguenze sul mercato crisi beni dell'abbigliamento lusso del

.....

3. moda il della il dei globale è mercato nonostante cresciuto calo consumi

.....

B. Usa il connettivo adatto:

perché – infatti – che – anche se

Il mercato globale della moda è cresciuto (1) la crisi ha influenzato negativamente i consumi. Però l'aumento della disuguaglianza dei redditi è negativo (2) crea consumatori sempre più poveri. (3) in questa situazione solo i ricchi possono tenere alta la domanda dei beni di lusso. Comunque, tutti sanno (4) la domanda della regione asiatico-pacifica nel 2007 ha superato le vendite totali dell'Europa.

42 LEGGERE

Gli anni Duemila in Italia

Non è facile valutare gli effetti della formidabile crisi di questo periodo, ma è chiaro che questo è un periodo estremamente critico per le imprese della moda italiane, che hanno subito clamorosi dissesti finanziari, acquisizioni da parte dei francesi e amare ristrutturazioni aziendali.

Le imprese in buona salute sono poche e fra queste domina l'impero fondato da Giorgio Armani. La sua aggressiva strategia tende verso la riscoperta e la valorizzazione delle origini artigianali e di fabbrica del successo della moda italiana. In questo modo, il noto stilista favorisce il recupero della competitività internazionale del sistema moda italiano. I centri principali della moda italiana sono **Milano, Roma** (incluse tra le 30 capitali mondiali della moda) e **Firenze**.

Nel 2009 **Milano** è considerata la capitale della moda, poiché supera città come Londra, New York, Parigi e Roma. La maggior parte delle grandi firme della moda italiana, come Armani, Bottega Veneta, Dolce & Gabbana, Gastone Moschino, Prada, Trussardi, Valentino, Versace e molti altri, ha sede a Milano. L'area dove la moda milanese è più concentrata è il cosiddetto "**Quadrilatero della moda**" (Fig. 11). Altri importanti canali dello *shopping* milanese sono la galleria Vittorio Emanuele II, piazza Duomo, via Dante e corso Buenos Aires.

Anche **Roma** è una capitale della moda, ma è ritenuta meno importante di Milano. Alcune famose case di moda di lusso e gioielli, come Bulgari, Fendi, Gattinoni, Renato Balestra, Laura Biagiotti, e Brioni hanno sede o sono state fondate a Roma. Inoltre, altre grandi etichette internazionali come *Armani, Chanel, Dior, Dolce & Gabbana, Ferragamo, Gucci, Max Mara, Prada, Tod's e Versace* hanno *boutique* di lusso a Roma, soprattutto lungo la celebre via dei Condotti (Fig. 12).

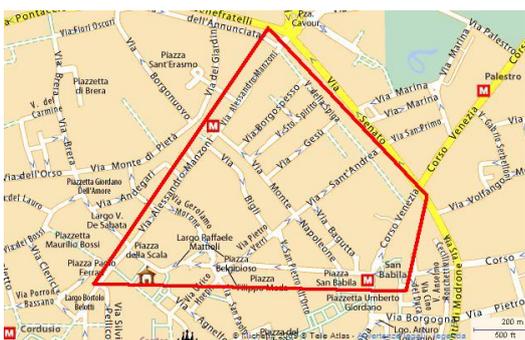


Fig. 11. Il Quadrilatero della moda a Milano¹⁰



Fig. 12. Via dei Condotti a Roma¹¹

Firenze ha una grande tradizione nel settore della moda ed è considerata uno dei poli del *fashion* più attivi in Italia e nel mondo. L'**industria dell'alta moda italiana** qui ha un posto molto importante, infatti si può dire che è nata proprio a Firenze, con la sfilata organizzata nel 1951 dal pioniere della moda italiana Giovanni Battista Giorgini (cfr. *supra*, il paragrafo sugli anni Cinquanta). La città può vantare stilisti del

¹⁰ Cfr. URL <http://www.hoteleuropafiera.it/dovesiamo.html>. Ultimo accesso 08.07.2016.

¹¹ Cfr. URL <http://cosafarea.it/roma/via-condotti/>. Ultimo accesso 08.07.2016.

calibro di Gucci, Enrico Coveri, Roberto Cavalli, Salvatore Ferragamo, Patrizia Pepe, Emilio Pucci e molti altri, che proprio qui con le loro *fashion house* sviluppano prodotti di moda famosi in tutto il mondo. Le maggiori *boutique* d'alta moda sono concentrate nel distretto commerciale del lusso, in via de' Tornabuoni e via della Vigna Nuova e in genere in tutto il centro storico di Firenze. Anche le botteghe artigianali hanno molto successo, soprattutto nel settore degli articoli in pelle (tra piazza Santa Croce e Borgo dei Greci) e della pelletteria industriale (circa il 15% delle aziende italiane operanti in questo settore si trova a Firenze).

Questa città ospita ogni anno una serie di eventi di moda che sono tra i più prestigiosi e importanti del mondo. **Pitti Immagine** è una famosissima *kermesse*, a cui gli espositori possono partecipare solo su invito; è composta da eventi come: *Pitti Immagine Uomo*, *Pitti Woman Pre-collections*, *Pitti Immagine Bimbo*, *Pitti Immagine Filati*, *Pitti Immagine Fragranze*, *Pitti Immagine Casa* e *Pitti Immagine ModaPelle*. Ospita migliaia di esposizioni, sfilate e congressi dei più importanti stilisti e personaggi italiani e stranieri.



Fig. 13. Pitti Immagine Uomo a Firenze¹²

¹² Cfr. URL <http://blog.hostess-promoter.com/it/hostess-promoter-per-pitti-uomo-a-firenze/>. Ultimo accesso 08.07.2016.

43 SINTASSI Facendo riferimento al testo che hai letto sugli anni Duemila in Italia, unisci le frasi come nell'esempio.

A	B
<p>Gli anni Duemila sono un periodo molto critico...</p>	<p>... di grande successo e botteghe artigianali di elevata qualità.</p>
<p>Giorgio Armani favorisce il recupero della competitività del sistema moda italiano ...</p>	<p>... sono Milano, Roma e Firenze.</p>
<p>I centri principali della moda italiana...</p>	<p>...per la moda italiana per motivi economici e strutturali.</p>
<p>Molti dei grandi stilisti di moda italiani...</p>	<p>... grazie a un recupero delle origini della moda italiana.</p>
<p>Roma ospita alcune famose case di moda...</p>	<p>...di lusso e gioielli e le boutique di lusso di altre grandi firme internazionali.</p>
<p>A Firenze operano stilisti...</p>	<p>...hanno stabilito la propria sede a Milano.</p>

44 VIDEO Guarderai per due o tre volte di seguito il video dell'intervista fatta agli italiani in Piazza Duomo a Milano¹³ (5 min. 15"), che rispondono alla domanda: «Cosa le è rimasto nel cuore degli anni Vintage '80, '70, '60?».

A. Leggi l'elenco sottostante. Poi guarda il video una prima volta e cancella dall'elenco le parole che senti dire:



<i>alcool</i>	<i>gonna</i>	<i>più pulito</i>
<i>anima diversa</i>	<i>niente</i>	<i>più voglia</i>
<i>Beatles</i>	<i>pantaloni a zampa d'elefante</i>	<i>Rolling Stones</i>
<i>cappelli</i>	<i>stivaletto Campero</i>	<i>cose più genuine</i>
<i>tutta un'altra cosa</i>	<i>discoteca</i>	<i>pantaloni a vita bassa</i>
<i>vestiti di Pucci</i>	<i>gite al mare</i>	<i>più ideali</i>

B. Guarda il video una seconda volta e annota le differenze fra ieri e oggi di cui la gente parla:



1. La moda: quali stilisti, marchi, tipi di pantaloni, stivali, accessori sono diversi oggi?

.....
.....
.....
.....

2. Il cibo: come è cambiata la genuinità?

.....
.....
.....
.....

3. La psicologia e lo spirito della gente: come sono cambiati l'amicizia, lo stile di vita, i valori?

.....
.....
.....
.....

¹³ Cfr. URL *Cosa ricordi degli anni vintage '80, '70, '60?* Holtachannel.
URL <http://www.youtube.com/watch?v=SfnVzq6AUQM>. Ultimo accesso 08.07.2016.

45 VIDEO Guarda il servizio del TG4¹⁴ sul tema: *Jole Veneziani, Una lezione di stile per le nuove generazioni*, dedicato a una mostra importante.



A. Guarda il video una seconda volta e inserisci nelle seguenti frasi le parole mancanti, con l'aiuto delle parole qui sotto:



artigianato - artistica - commercio - internazionale - milanese - professione - scienza - sfavillante - sobria - straordinarie

1. Parliamo di una signora dello stile fin dagli anni Cinquanta.
2. Arte,, industria, e anche un pizzico di : *questo* è la moda: parola di Jole Veneziani.
3. Ha vestito donne e bellissime.
4. Possibilmente di giorno ma di luce e colore la sera: così vedeva la sua donna ideale.
5. Ispirazione e altissimo per creare abiti sapienti, che ne fecero una firma

B. Guarda il video ancora una volta e poi commentalo con un'altra persona: secondo voi cosa può ancora insegnare la «lezione di stile» di questa stilista al *Made in Italy* di oggi?



¹⁴ Cfr. URL <https://www.youtube.com/watch?v=j3SavR2SzVE> . Ultimo accesso 08.07.2016.

SOLUZIONI DEGLI ESERCIZI

ITALIANO L2 E STORIA DELLA MODA ITALIANA. DAGLI ANNI CINQUANTA AGLI ANNI DUEMILA

Anni Cinquanta

SOLUZIONI ESERCIZIO 4

Punto 4 Sostantivi: rivoluzione, introduzione, utilizzazione/utilizzo, interpretazione, presentazione.
Verbi: ballare, chiudere, creare, modellare, usare.

SOLUZIONI ESERCIZIO 7

Punti 4 e 5 Diffondere > diffusione, inaugurare > inaugurazione, partecipare > partecipazione, organizzare > organizzazione, segnare > segno, sfilare > sfilata, commentare > commento, costare > costo.

Punto 5 Sostantivi > verbi: lancio > lanciare, consumo > consumare, dominio > dominare, produzione > produrre, creazione > creare.

Anni Sessanta

SOLUZIONI ESERCIZIO 11 Che: 1, 4. E: 2, 3. Ma: 6, 7. Perché: 5.

Anni Settanta

SOLUZIONI ESERCIZIO 26 1V, 2V, 3V, 4F, 5V.

Anni Ottanta

SOLUZIONI ESERCIZIO 32: 1V, 2V, 3F, 4F, 5V, 6V, 7F.

Anni Novanta

SOLUZIONI ESERCIZIO 37

A 1c, 2a, 3b.

B a2, b3, c2, d2.

SOLUZIONI ESERCIZIO 39 1F, 2V, 3V, 4F, 5F, 6V, 7V, 8F.

Anni Duemila

SOLUZIONI ESERCIZIO 41 A

1. Questo decennio presenta un periodo di grandi problemi economici. 2. La crisi ha conseguenze sul mercato dei beni dell'abbigliamento e del lusso. 3. Il mercato globale della moda è cresciuto nonostante il calo dei consumi.

SOLUZIONI ESERCIZIO 41 B 1 anche se; 2 perché; 3 infatti; 4 che.

SOLUZIONI ESERCIZIO 43

1. Gli anni Duemila sono un periodo molto critico per la moda italiana per motivi economici e strutturali.

2. Giorgio Armani favorisce il recupero della competitività internazionale del sistema moda italiano grazie a un recupero delle origini della moda italiana.
3. I centri principali della moda italiana sono Milano, Roma e Firenze.
4. Molti dei grandi stilisti della moda italiana hanno stabilito la propria sede a Milano.
5. Roma ospita alcune famose case di moda di lusso e gioielli e le boutique di lusso di altre grandi firme internazionali.
6. A Firenze operano stilisti di grande successo e botteghe artigianali di elevata qualità.

SOLUZIONI ESERCIZIO 45 A

1. Parliamo di una grande signora dello stile milanese fin dagli anni Cinquanta.
2. Arte, professione, industria, commercio e anche un pizzico di scienza: questo, è la moda: parola di Jole Veneziani.
3. Ha vestito donne straordinarie e bellissime.
4. Possibilmente sobria di giorno ma sfavillante di luce e colore la sera: così vedeva la sua donna ideale.
5. Ispirazione artistica e altissimo artigianato per creare abiti sapienti, che ne fecero una firma internazionale .

ITALIANO L2 E MODA. IL LESSICO DELLA MODA SCHEMA DI LAVORO

A cura di Nicoletta Cherubini

I campi semantici

46 LESSICO Impara a riconoscere i principali campi semantici del lessico della moda. Scopri i più comuni forestierismi (termini stranieri) del gergo della moda. Con un tratto di penna abbinare i termini della prima colonna alle rispettive definizioni nella seconda colonna.

<ol style="list-style-type: none">1. <i>à-la page</i>2. andazzo3. antiquato, superato4. collezione5. d'attualità6. <i>défilé</i>, sfilata7. <i>dernier cri</i>, ultimo grido8. figurini9. <i>haute couture</i>10. indossatore, indossatrice11. stilista12. <i>look</i>13. modello, creazione14. <i>prêt-à-porter</i>15. usanza16. voga	<ol style="list-style-type: none">a. abbigliamento all'ultima modab. abbigliamento alla modac. abbigliamento fuori moda, che non è più alla modad. abiti femminili di alta moda confezionati in seriee. ciò che è alla modaf. disegnatore di abiti e accessori di modag. disegni di abiti proposti dallo stilistah. l'aspetto di una persona, in particolare riferito alla moda corrente nell'abbigliamento, nella pettinaturai. l'insieme dei modelli presentati durante una sfilataj. moda che riguarda il modo di comportarsi e di pensarek. moda che riguarda il modo di comportarsi e di pensare (in senso spregiativo)l. moda di sartoria, alta modam. moda diffusa e di crescente popolaritàn. ognuno degli abiti presentati durante una sfilatao. persona che per professione presenta modelli d'alta modap. presentazione degli abiti consigliati dalla moda del momento
---	--

Il significato della moda

Parlane con un compagno oppure con la classe. Hai mai provato a riflettere sul *significato* della moda? Secondo te, perché esiste la moda nella società umana? Quali bisogni umani soddisfa la moda? Si può parlare di moda nelle culture tribali? Come si collega la moda al culto della bellezza?



47 PARLARE Commenta in parole tue questa caricatura del 1796 disegnata da James Gillray, intitolata *Following the Fashion*¹⁵.

1. Quali differenze noti fra queste due figure femminili, che seguono la moda del Settecento?
2. Descrivi i diversi effetti estetici che lo stesso modello ha sulle due figure femminili. Aiutati con le parole del riquadro qui sotto:

evidenziare (mettere in evidenza)/nascondere (non far vedere)

slanciare (rendere slanciato)/ingoffare (rendere goffo)

abbellire (rendere bello)/imbruttire (rendere brutto)

valorizzare (dare valore)/svalorizzare (togliere valore)

3. Fai alcuni esempi di personaggi famosi con un *look* caratterizzato dal gusto del grottesco. Spiega perché hai questa percezione.

¹⁵ Cfr. la voce «Moda» in *Wikipedia*, URL <http://it.wikipedia.org/wiki/Moda>. Ultimo accesso 28.06.2016.

48 COMPrensione SCRITTA Inserisci nel testo le parole mancanti, che trovi nel riquadro qui sotto. Poi controlla la soluzione.

classi - donne - indossati - maschera - militari - pelli - personalità - sacerdotali - vestirsi

La moda, storicamente, prende il nome di «costume». La moda nasce in parte dalla necessità umana di sopravvivenza, dal bisogno di coprirsi con tessuti, o altri materiali lavorati per essere ; ma durante la storia umana l'abito ha avuto anche precise funzioni sociali, al fine di distinguere le varie sociali e le mansioni amministrative e Le erano escluse dalla moda, però non rinunciavano a con molta cura. Il «mascheramento» (da «.....») è un aspetto della moda collegato alla psicologia: con gli abiti possiamo nascondere lati della nostra che non vogliamo far conoscere o mostrare dei lati della nostra personalità che vogliamo far conoscere. Pensiamo, per esempio, al proverbio «L'abito non fa il monaco.»

49 LESSICO Puoi citare qualche proverbio del tuo paese riferito all'aspetto fisico delle persone, all'acconciatura (capelli) e al vestiario (indumenti)?

.....
.....
.....

RISORSE

L'insegnante e lo studente in autoapprendimento troveranno online un utile testo guida per la catalogazione dell'abito e degli elementi vestimentari.¹⁶

In particolare, la sezione «Consultazione immagini» può essere molto utile a tutti, poiché presenta il lessico della moda abbinato alle relative immagini che lo illustrano¹⁷.

La sezione «Indice ragionato» facilita la visione globale e l'accesso a tutti i contenuti della guida¹⁸.

La guida contiene termini relativi a:

- indumenti singoli, completi ed elementi di ambito vestimentario, riguardanti l'abbigliamento maschile, femminile e infantile e connessi alle principali finalità d'uso e alle diverse occasioni della vita privata e sociale; sono state considerate tipologie storiche essenziali dei secoli XVIII, XIX e XX, e quelle relative a indumenti tuttora in uso;
- indumenti ed elementi relativi a biancheria intima e calzetteria;
- elementi di modellazione e di ampliamento della forma femminile dal secolo XVIII alla moda attuale;
- componenti strutturali e decorative di elementi vestimentari;
- termini relativi alle diverse lavorazioni sartoriali;
- sistemi di allacciatura e/o chiusura oltre agli elementi, applicati o inseriti, che le determinano;
- tecnica e decorazione tessile, principali tecniche e applicazioni di merletto e ricamo.

¹⁶ Cfr. Ministero per i Beni e le Attività Culturali *et al.*, URL: http://www.iccd.beniculturali.it/siti_tematici/Scheda_VeAC/lemmario/index.asp@page=progetto.html. Ultimo accesso 08.07.2016.

¹⁷ Cfr. Ministero per i Beni e le Attività Culturali *et al.*, URL: http://www.iccd.beniculturali.it/siti_tematici/Scheda_VeAC/lemmario/index.asp@page=consultazioneimmagini.html. Ultimo accesso 08.07.2016.

¹⁸ Cfr. Ministero per i Beni e le Attività Culturali *et al.*, URL: http://www.iccd.beniculturali.it/siti_tematici/Scheda_VeAC/lemmario/index.asp@page=ragionato.html. Ultimo accesso 01.06.2016.

SOLUZIONI DEGLI ESERCIZI

ITALIANO L2 E MODA. IL LESSICO DELLA MODA SCHEMA DI LAVORO

I campi semantici

SOLUZIONI ESERCIZIO 46¹⁹

1b, 2k, 3c, 4i, 5e, 6p, 7a, 8g, 9l, 10 o, 11f, 12h, 13n, 14d, 15j, 16m.

Il significato della moda

SOLUZIONI ESERCIZIO 48

La moda, storicamente, prende il nome di «costume». La moda nasce in parte dalla necessità umana di sopravvivenza, dal bisogno di coprirsi con tessuti, pelli o altri materiali lavorati per essere indossati; ma durante la storia umana l'abito ha avuto anche precise funzioni sociali, al fine di distinguere le varie classi sociali e le mansioni sacerdotali, amministrative e militari. Le donne erano escluse dalla moda, però non rinunciavano a vestirsi con molta cura. Il «mascheramento» (da «maschera») è un aspetto della moda collegato alla psicologia: con gli abiti possiamo nascondere lati della nostra personalità che non vogliamo far conoscere o mostrare dei lati della nostra personalità che vogliamo far conoscere. Pensiamo, per esempio, al proverbio «L'abito non fa il monaco.»²⁰

¹⁹ Cfr. la voce «Moda» in *Dizionario alla rovescia*. Selezione dal Reader's Digest S.p.A. Milano 1992: 352.

²⁰ Testo liberamente tratto dalla voce «Moda» in *Wikipedia*, URL <http://it.wikipedia.org/wiki/Moda>. Ultimo accesso 28.06.2016.

ITALIANO L2 E MODA. IL CONTESTO DEL LOOK

A cura di Nicoletta Cherubini

ATTIVAZIONE

Occasioni d'uso. Pensa a qualche esempio.

Ci sono vari tipi di *look* adatti a differenti occasioni:

- *look formale*
- *look informale*
- *look da giorno*
- *look da sera*

50 PARLARE La scelta del *look*. Discuti con un'altra persona: volete partecipare a un evento fra quelli elencati nella tabella sottostante. Quale *look* vi sembra più adatto? Perché? Potete aggiungere dettagli, come nell'esempio. È possibile fare più di un abbinamento.

Es. (*look informale*) Il 3 agosto organizzo una festa di compleanno per mio marito in campagna: io indosserò degli *shorts* di *jeans*, una camicia a quadri, un cappello di paglia e stivali da *cowboy*.

Tipi di <i>look</i>	Occasioni d'uso
1. formale	a. la premiazione di vostro figlio, a scuola (ore 9:30)
2. informale	b. un <i>pic-nic</i> in campagna
3. da giorno	c. il <i>vernissage</i> (l'inaugurazione) di una mostra d'arte in città (ore 21.00)
4. da sera	d. un <i>cocktail</i> di benvenuto in un famoso albergo (ore 17.30)
	e. un discorso di benvenuto per una delegazione di vostri clienti, nella sala riunioni della vostra azienda (ore 9.00)
	f. la festa di compleanno della vostra <i>partner</i> al mare (tutta la giornata)
	g. il battesimo del figlio di una coppia di vostri amici (ore 16.00)
	h. una serata in discoteca
	i. una cena in trattoria fra amici
	j. il matrimonio in chiesa del vostro capo

51 LEGGERE

Abbigliamento e accessori

Spesso si dice che un indumento o un accessorio «attualizza» tutto il *look* di un *outfit*. Per esempio, ecco come una nota rivista di moda spiega il ruolo e l'importanza della maglietta polo nelle sfilate di moda di quest'anno:

La maglietta polo è il **must moda estate 2016**. Più della *t-shirt*, al posto della camicia, la polo è il vero capo *passepourtout* del guardaroba, in città come in vacanza, di giorno ma anche come alternativa *chic* al classico *top da cocktail* o da sera. Per questa estate 2016, infatti, la polo gioca con tanti stili, *look* e **occasioni d'uso**.

Tante **idee di styling** facili da copiare anche riutilizzando la polo che abbiamo già nel nostro armadio, quella del marito o del fratello maggiore (per chi vuole sfoggiare un'*attitude oversize*) o anche quelle dei propri figli, per chi ha un personale "*petite*" e ama i capi piccoli.²¹

²¹ Cfr. testo semplificato tratto da *La polo è il must moda estate 2016. Ecco come si abbina*, «Elle.it,» URL <http://www.elle.it/Moda/moda-estate-2016-polo>. Ultimo accesso 05.07.2016.

52 LEGGERE E PARLARE

Leggi questi esempi, dove l'accessorio centrale è una maglietta polo²², che «attualizza» (rende attuale) un look.

<p>«Hannah-Davis: <i>College inspired</i> per Hannah, che attualizza il look da università tipico della polo, abbinandola a un <i>bomber</i> iper colorato e micro <i>shorts</i>. Attento tocco di <i>styling</i>, il colletto (appena rialzato).»</p>	 <p>Fig. 1</p>
<p>«Audrey Marnay: lo sappiamo, le francesi sono così. Spontaneamente eleganti anche con una semplice polo nera su pantaloni bianchi. Attenzione però agli accessori, basta il tocco di una cintura maculata a contrasto, occhiali scuri, cappello di paglia e via...»</p>	 <p>Fig. 2</p>
<p>«Olivia Culpo: dedicato solo a chi vuole osare, il mix tra polo e <i>hot pants</i> a <i>culotte</i> indossato dalla Pulpo per le strade di NYC è sicuramente azzardato ma <i>cool</i>. Molto bella la tinta che coordina tutto l'<i>outfit</i> - dal cappotto leggero sulle spalle ai <i>booties</i> con tacco grosso - per cui Olivia ha scelto un raffinato color amaranto, che è anche tra i colori moda per il prossimo anno. Annotate!»</p>	 <p>Fig. 3</p>

Ora ti viene in mente qualche sinonimo del concetto di «attualizzare,» nel contesto della moda?

²² Testi e immagini tratti da *La polo è il must moda estate 2016. Ecco come si abbina*, dal Sito di «Elle.it,» URL <http://www.elle.it/Moda/moda-estate-2016-polo>. Ultimo accesso 05.07.2016.

53 SCRIVERE Se tu fossi uno/una stilista, quale abbinamento completo, o «*total look*,» proporresti a tre dei tuoi clienti? Specifica abito, cappello e accessori, con abbinamento dei colori, come nell'esempio.

- Myriam Goldstein (imprenditrice) ti ha chiesto consigli su un *look* da LAVORO
- Carlo Bertocchi (giornalista) ti ha chiesto idee per un *look* TEMPO LIBERO
- Galina Ionova (attrice) vorrebbe da te suggerimenti su un *look* da SERA

Es.: Alla signora Goldstein propongo una polo bianca da indossare con *skinny jeans* bianchi e una borsa "birkin" in struzzo color miele²³.

Fogge, stili, materiali, lavorazioni, decorazioni

Lo stilista di moda (e anche chi vuole semplicemente vestire con eleganza) deve saper abbinare bene gli **stili** e le **fogge** (*foggia*: maniera con cui una cosa è fatta, forma in cui si presenta) dei capi e degli accessori. Inoltre deve conoscere bene i **materiali** di cui essi sono fatti, le **lavorazioni** a cui sono stati sottoposti e le **decorazioni** che li abbelliscono.

54 SAPERE Lavorate in gruppi di 3 persone (potete fare questo esercizio anche a varie riprese). Imparate a distinguere fogge, stili, materiali, lavorazioni, decorazioni (fate una ricerca per immagini su Internet se non conoscete la terminologia). Ciascun gruppo lavora solo su una parte delle voci (per es. 20 voci, come indicato). Prima di cominciare decidete chi dei tre partecipanti di ogni gruppo tiene l'elenco di:

- ① "Fogge e stili" (es. di *foggia*: abito a sirena; es. di *stile*: il dolcevita)
- ② "Materiali" (es.: il *courderoy*, il pelo/la pelliccia)
- ③ "Lavorazioni e decorazioni" (es. *lavorazione*: *craquelé*; *decorazione*: piccola nappa).

Annerite il numero corrispondente, come nell'esempio.

Es.: ① ② ③ Abito a sirena

- ① ② ③ *Bijoux*: collier con cascata di *charms*
- ① ② ③ *Bijoux*: un grosso monile (es. un anellone)
- ① ② ③ *Biker* (stivali) con *strass*
- ① ② ③ *Blouse* profilata in *satén* (seta)
- ① ② ③ Borsa a zainetto
- ① ② ③ Borsa capiente
- ① ② ③ Borsa militare
- ① ② ③ Borsa *shopper* col manico lungo
- ① ② ③ Bracciali *bangles*
- ① ② ③ *Cache-coeur* (golfino incrociato)

²³ Cfr. outfit n. 7, *La polo è il must moda estate 2016. Ecco come si abbina*, «Elle.it»
URL <http://www.elle.it/Moda/moda-estate-2016-polo>. Ultimo accesso 05.07.2016.

- ① ② ③ Calza gesso (allarga la gamba)
- ① ② ③ Calze parigine
- ① ② ③ Camicetta con *coulisse* (arricciatura lungo il bordo collo)
- ① ② ③ Canotta basica + blusa in *chiffon*
- ① ② ③ Capo accollato
- ① ② ③ Capo comodo
- ① ② ③ Capo femminile
- ① ② ③ Capo scollato
- ① ② ③ Capo *vintage*
- ① ② ③ Cappello a tamburello (da *hostess*)

- ① ② ③ Ciabatte col pelo
- ① ② ③ Cintone in vita
- ① ② ③ Cintura col diadema
- ① ② ③ Collana *tressé*
- ① ② ③ Collana *triple tour*
- ① ② ③ *Collier* con *plastron* di pelle
- ① ② ③ *Collier* di cristallo
- ① ② ③ *Collier* diamante fumé
- ① ② ③ Coprispalle aderente
- ① ② ③ Il *courderoy*
- ① ② ③ Il dolcevita
- ① ② ③ Effetto *craquelé* (finta pelle/pelle/stoffa)
- ① ② ③ Etno-*chic*
- ① ② ③ Etno-*trash*
- ① ② ③ Fascia modellante
- ① ② ③ Felpa col cappuccio
- ① ② ③ Floreale
- ① ② ③ *Gilet* imbottito
- ① ② ③ *Guèpière* senza spalline
- ① ② ③ *Gypsy*

- ① ② ③ *Jais*
- ① ② ③ *Jumpsuit* (tuta) da sera
- ① ② ③ *Pinces* che non stringono
- ① ② ③ *Pinces* sotto il taglio del seno
- ① ② ③ *Lingerie de peau* (*make up*)
- ① ② ③ Lunghezza *extra-long* della gonna
- ① ② ③ Maglioncino *tricot*
- ① ② ③ *Maxi pois*
- ① ② ③ *Maxi-bag*, una *shopper* (per il tempo libero)
- ① ② ③ *Maxi-pochette*
- ① ② ③ *Minidress*
- ① ② ③ Modello anni Cinquanta
- ① ② ③ Monile per il *decolleté*
- ① ② ③ Nappa
- ① ② ③ Orecchini *chandelier*
- ① ② ③ Orlo che lambisce le ginocchia
- ① ② ③ *Outfit* per il lavoro

- ① ② ③ *Paillettes*
- ① ② ③ Pantalone alla pescatore
- ① ② ③ Pantaloni *leggings*

- ① ② ③ *Peplum*
- ① ② ③ Pinocchietti
- ① ② ③ *Plastron sul décolleté* (pieghine)
- ① ② ③ *Plateau* in suède (scarpa)
- ① ② ③ *Plissé* (motivo)
- ① ② ③ Sandalo piatto o "flat"
- ① ② ③ Scarpa *open toe*
- ① ② ③ Scarpe *Mary Jane*
- ① ② ③ Sciarpa maculata
- ① ② ③ Scollo asimmetrico
- ① ② ③ Scollo *criss-cross*
- ① ② ③ Senza tacco
- ① ② ③ Tacco 12
- ① ② ③ Tacco a spillo
- ① ② ③ Tacco alto
- ① ② ③ Tacco basso
- ① ② ③ Tessuto stampato
- ① ② ③ *Tote bag*
- ① ② ③ Tracolla con piccola nappa
- ① ② ③ Trampoli

55 SAPER FARE Abbina capi e accessori dell'elenco che precede per creare 4 outfit di tuo gusto, come nell'esempio. Puoi aiutarti con le parole di questo riquadro:

Capello: raccolto; legato per la sera; mosso/liscio per il giorno; da vamp.
Labbra: lucenti; con rossetto; con lip gloss.
Sguardo: magnetico con trucco accentuato; acqua e sapone.

Es.: Un top sportivo abbinato a una gonna *plissé* di seta, con sandalo piatto e *tote bag*; corredato da un braccialetto con *charms*; capello raccolto legato dietro la nuca; sguardo acqua e sapone.

1.
.....
2.
.....
3.
.....
4.
.....

Abbinamenti di colore

I colori possono essere: **chiari** (colori pastello), **scuri** (blu, marrone, nero ecc.) e **neutri**. Si può parlare di colori **caldi** e di colori **freddi**. Negli abbinamenti fra capi di abbigliamento e fra questi e gli accessori si può parlare di colori «**in nuance** con l'abito» (*nuance*: gradazione, sfumatura) e di colori «**ton sur ton**» o tono su tono (combinazione di colori, aventi lo stesso tono ma intensità diversa).

Nel campo della moda esiste un trionfo di colori, alcuni anche creati dagli stilisti.

56 LEGGERE Il colore «ceruleo.» Leggi e commenta il testo di un famoso dialogo, tratto dal film *Il diavolo veste Prada*²⁴, nel quale Miranda Priestly (Meryl Streep), la temuta direttrice di una prestigiosa rivista di moda, rimprovera la sua assistente Andy (Anne Hathaway) per la sua ignoranza:

Miranda [ad Andy]: Tu pensi che questo non abbia nulla a che vedere con te, tu apri il tuo armadio e scegli, non lo so, quel maglioncino azzurro infeltrito, per esempio, perché vuoi gridare al mondo che ti prendi troppo sul serio per curarti di cosa ti metti addosso, ma quello che non sai è che quel maglioncino non è semplicemente azzurro, non è turchese, non è lapis, è effettivamente ceruleo e sei anche allegramente inconsapevole del fatto che nel 2002 Oscar De La Renta ha realizzato una collezione di gonne cerulee e poi è stato Yves Saint Laurent, se non sbaglio, a proporre delle giacche militari di color ceruleo, e poi il ceruleo è rapidamente comparso nelle collezioni di otto diversi stilisti, dopodiché è arrivato a poco a poco nei grandi magazzini e alla fine si è infiltrato in qualche tragico angolo casual dove tu, evidentemente, l'hai pescato nel cesto delle occasioni...

Tuttavia quell'azzurro rappresenta milioni di dollari e innumerevoli posti di lavoro e siamo al limite del comico quando penso che tu sia convinta di aver fatto una scelta fuori dalle proposte della moda quindi, in effetti, indossi un golfino che è stato selezionato per te dalla persona qui presente in mezzo ad una pila di roba!

²⁴ *Il diavolo veste Prada* (*The Devil Wears Prada*) è un film del 2006 diretto da David Frankel.

57 SAPERE Cerca su Internet i colori elencati nella seguente tabella e distingui fra colori caldi e freddi. Ti può essere utile consultare online una tabella interattiva dei colori in italiano²⁵: clicca sul codice del colore che hai scelto per vedere lo sfondo diventare di quel colore.

	Caldo	Freddo
blu azteco		
blu ceruleo		
blu cobalto		
blu <i>midnight</i>		
fucsia (magenta elettrico)		
giallo ocra		
giallo limone		
grigio <i>trianon</i>		
lavanda		
<i>mauve</i>		
rosa cipria		
rosa corallo		
rosa <i>shocking</i>		
rosso cherry		
rosso corallo		
rosso etrusco		
verde <i>tiffany</i>		
verde bandiera		
verde mela		
verde pavone		
verde petrolio		
verde pistacchio		

58 SAPER FARE Discuti con un'altra persona: con cosa si abbina il verde petrolio? Il mauve? Il giallo ocra? Il blu ceruleo?

²⁵ Cfr. *Tabella interattiva dei colori con nomi in italiano e codici RGB esadecimali*, URL <<http://users.libero.it/luclep/itaint.htm>>. Ultimo accesso 05.07.2016.

ITALIANO L2 E LE PROFESSIONI DELLA MODA. LO STILISTA

A cura di Alberto Raminelli

ATTIVAZIONE

Nel mondo della moda ci sono molte professioni. Quali conosci? Quale vorresti fare e perché? Parlane con un'altra persona e confronta le tue ipotesi.

59 LEGGERE

Lo stilista. Chi è e che cosa fa

Lo stilista, in inglese *fashion designer*, è una delle figure più importanti del mondo della moda e sicuramente la più conosciuta. È un professionista che, con la sua fantasia, crea modelli e tendenze sempre nuovi nell'abbigliamento, nel **settore** tessile e in quello degli accessori, è la persona che definisce e disegna le collezioni e crea lo stile di un **brand** e di un'azienda.

Uno stilista deve anche saper svolgere molte attività differenti, come **analizzare** i gusti e le esigenze del **consumatore** per **individuare** e **interpretare** nel modo più corretto le nuove **tendenze** di mercato e, di conseguenza, progettare **collezioni** adatte al mercato e allo stile dell'azienda o delle aziende per cui lavora. Un altro fattore importante è l'**aggiornamento** continuo. Per questo motivo, lo stilista deve conoscere e leggere le **riviste** specializzate, partecipare a fiere, a mostre d'arte, a sfilate perché solo in questo modo può prendere le decisioni giuste per **differenziare** il suo stile da quello di altri **brand** concorrenti. Per essere sempre aggiornato, lo stilista deve anche conoscere nuove materie prime, tessuti, accessori, materiali innovativi, per proporre soluzioni d'avanguardia e **definire** nuovi modi e stili di abbigliamento e moda.

Le competenze

Per svolgere tutte le attività che abbiamo descritto, uno stilista deve avere conoscenze multidisciplinari. Tra queste, sono fondamentali la **sociologia** e la teoria della moda, la merceologia dei tessuti, la storia dell'arte e del costume, l'anatomia, la teoria del colore, i processi produttivi dell'abbigliamento, il *marketing*, le metodologie per **impostare** e **pianificare** una collezione. Inoltre, uno stilista deve anche conoscere molto bene il disegno a mano libera e le tecniche di **progettazione** grafica su *PC* (come, per esempio, *Xpress*, *Photoshop*, *CAD*), le tecniche di modellistica, di **assemblaggio** capi e le più innovative tecniche di comunicazione visiva. È necessario che conosca una o più lingue straniere (di solito inglese, francese e tedesco).

Con chi lavora

Abbiamo detto che uno stilista non lavora sempre da solo. Infatti, molto spesso è a stretto contatto con gli **stylist**, con gli esperti di *marketing*, con i professionisti che creano i tessuti, con modellisti e **sarti**, con tutte

le persone che si occupano della **realizzazione** concreta dei capi d'abbigliamento, all'interno "dell'ufficio stile". Uno stilista è anche spesso in contatto diretto con le modelle che indosseranno i suoi abiti, con i fotografi e con gli addetti agli **show room**.

Dove lavora

Lo stilista può lavorare in aziende private, in studi stilistici, di **consulenza** e ricerca ma, molto spesso, lavora nella sua azienda e per la sua azienda. In molti casi, infatti, il nome della **maison** e quello dello stilista si identificano (per esempio, in Italia, Armani, Valentino, Versace). Uno stilista può lavorare anche come **free-lance** per il tempo necessario a creare e presentare una collezione o aprire un'attività in proprio, magari specializzandosi in un settore specifico (ad esempio, occhiali, pelletteria, abbigliamento intimo, ecc.).

60 LESSICO

A. Cerca il significato dei sostantivi:

- settore
- collezioni
- riviste
- sociologia
- sarti
- consulenza

B. Definisci in italiano i sostantivi stranieri:

- brand*
- stylist*
- show room*
- maison*
- free-lance*

C. Cerca il significato dei verbi e dei sostantivi. Dopo, trasforma i verbi in sostantivi e i sostantivi in verbi, come nell'esempio:

analizzare <i>analisi</i>	consumatore <i>consumare</i>
individuare	tendenze
interpretare	aggiornamento
differenziare	progettazione
definire	assemblaggio
impostare	realizzazione
pianificare		

61 VERIFICA Rispondi alle domande

a. Chi è lo stilista?

.....
.....

b. Quali sono i suoi compiti principali?

.....
.....

c. Quali sono le competenze più importanti che uno stilista deve avere?

.....
.....

d. Con quali altri professionisti lavora lo stilista?

.....
.....

e. In quale contesto professionale può lavorare?

.....
.....

62 RICERCA IN RETE

Cerca su Internet altre professioni della moda, scegli quella che ti interessa di più e prepara una scheda di presentazione.

63 COMPrensione SCRITTA

A. Inserisci le parole del riquadro nel testo.

concorrenti - consumatore - differenziare - interpretare - marketing - mercato - merceologia - modellistica - pianificare - progettazione - proporre - riviste - sfilate - sociologia - stilista - tendenze - tessile - tessuti - visiva.

Lo stilista. Chi è e che cosa fa

Lo stilista, in inglese *fashion designer*, è una delle figure più importanti del mondo della moda e sicuramente la più conosciuta. È un professionista che, con la sua fantasia, crea modelli e sempre nuovi nell'abbigliamento, nel settore e in quello degli, è la persona che definisce e disegna le collezioni e crea lo stile di un e di un'azienda.

Uno deve anche saper svolgere molte differenti, come analizzare i gusti e le esigenze del per individuare e nel modo più corretto le nuove tendenze di e, di conseguenza, progettare adatte al mercato e allo stile dell'azienda o delle aziende per cui lavora.

Un altro fattore importante è l' continuo. Per questo motivo, lo stilista deve conoscere e leggere le specializzate, partecipare a fiere, a mostre d'arte, a perché solo in questo modo può prendere le decisioni giuste per il suo stile da quello di altri *brand* Per essere sempre aggiornato, lo stilista deve anche conoscere nuove materie prime,, accessori, materiali innovativi, per soluzioni d'avanguardia e definire nuovi modi e stili di e moda.

Le competenze

Per svolgere tutte le attività che abbiamo descritto, uno stilista deve avere conoscenze multidisciplinari. Tra queste, sono fondamentali la e la teoria della moda, la dei tessuti, la storia dell'arte e del costume, l'....., la teoria del colore, i processi produttivi dell'abbigliamento, il, le metodologie per impostare e una collezione. Inoltre, uno stilista deve anche conoscere molto bene il disegno a mano libera le tecniche di grafica su *PC* (come , per esempio *Xpress*, *Photoshop*, *CAD*), le tecniche di, di assemblaggio capi e le più innovative tecniche di comunicazione È necessario che conosca una o più lingue straniere (di solito inglese, francese e tedesco).

B. Inserisci le parole del riquadro nel testo.

anche - attività - azienda - che - consulenza - contatto — della - e - di - free-lance - i (X2) - identificano - in - interno - intimo - modelle - nella - realizzazione - settore - show room - solo - tutte - Versace

Con chi lavora

Abbiamo detto uno stilista non lavora sempre da Infatti, molto spesso è a stretto con gli *stylist*, con gli esperti *marketing*, con i professionisti che creano tessuti, con modellisti e sarti, con le persone che si occupano della concreta dei capi d'abbigliamento, all' "dell'ufficio stile". Uno stilista è spesso in contatto diretto con le che indosseranno i suoi abiti, con fotografi e con gli addetti agli

Dove lavora

Lo stilista può lavorare aziende private, in studi stilistici, di e ricerca ma, molto spesso, lavora sua azienda e per la sua In molti casi, infatti, il nome maison e quello dello stilista si (per esempio, in Italia, Armani, Valentino,). Uno stilista può lavorare anche come per il tempo necessario a creare presentare una collezione o aprire un' in proprio, magari specializzandosi in un specifico (ad esempio, occhiali, pelletteria, abbigliamento, ecc.).

SOLUZIONI DEGLI ESERCIZI

LO STILISTA. CHI È E CHE COSA FA

SOLUZIONI ESERCIZIO 60 C.

Analizzare> analisi; individuare> Individuazione; interpretare> Interpretazione; differenziare> differenziazione, definire> definizione; pianificare> pianificazione. Consumatore> consumare; tendenze> tendere; aggiornamento> aggiornare; progettazione> progettare; assemblaggio> assemblare; realizzazione> realizzare.

SOLUZIONE ESERCIZIO 63 A.

Lo stilista. Chi è e che cosa fa

Lo stilista, in inglese *fashion designer*, è una delle figure più importanti del mondo della moda e sicuramente la più conosciuta. È un professionista che, con la sua fantasia, crea modelli e tendenze sempre nuovi nell'abbigliamento, nel settore tessile e in quello degli accessori, è la persona che definisce e disegna le collezioni e crea lo stile di un *brand* e di un'azienda.

Uno stilista deve anche saper svolgere molte attività differenti, come analizzare i gusti e le esigenze del consumatore per individuare e interpretare nel modo più corretto le nuove tendenze di mercato e, di conseguenza, progettare collezioni adatte al mercato e allo stile dell'azienda o delle aziende per cui lavora.

Un altro fattore importante è l'aggiornamento continuo. Per questo motivo, lo stilista deve conoscere e leggere le riviste specializzate, partecipare a fiere, a mostre d'arte, a sfilate perché solo in questo modo può prendere le decisioni giuste per differenziare il suo stile da quello di altri *brand* concorrenti. Per essere sempre aggiornato, lo stilista deve anche conoscere nuove materie prime, tessuti, accessori, materiali innovativi, per proporre soluzioni d'avanguardia e definire nuovi modi e stili di abbigliamento e moda.

Le competenze

Per svolgere le attività che abbiamo descritto, uno stilista deve avere conoscenze multidisciplinari. Tra queste, sono fondamentali la sociologia e la teoria della moda, la merceologia dei tessuti, la storia dell'arte e del costume, l'anatomia, la teoria del colore, i processi produttivi dell'abbigliamento, il *marketing*, le metodologie per impostare e pianificare una collezione. Inoltre, uno stilista deve anche conoscere molto bene il disegno a mano libera, le tecniche di progettazione grafica su *PC* (come, per esempio, *Xpress*, *Photoshop*, *CAD*), le tecniche di modellistica, di assemblaggio capi e le più innovative tecniche di comunicazione visiva. È necessario che conosca una o più lingue straniere (di solito inglese, francese e tedesco):

SOLUZIONE ESERCIZIO 63 B.

Con chi lavora

Abbiamo detto che uno stilista non lavora sempre da solo. Infatti, molto spesso è a stretto contatto con gli *stylist*, con gli esperti di *marketing*, con i professionisti che creano i tessuti, con modellisti e sarti, con tutte le persone che si occupano della realizzazione concreta dei capi d'abbigliamento, all'interno "dell'ufficio stile". Uno stilista è anche spesso in contatto diretto con le modelle che indosseranno i suoi abiti, con i fotografi e con gli addetti agli *show room*.

Dove lavora

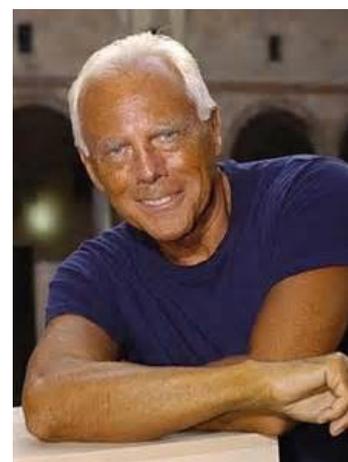
Lo stilista può lavorare in aziende private, in studi stilistici, di consulenza e ricerca ma, molto spesso, lavora nella sua azienda e per la sua azienda. In molti casi, infatti, il nome della maison e quello dello stilista si identificano (per esempio, in Italia, Armani, Valentino, Versace) . Uno stilista può lavorare anche come *freelance* per il tempo necessario a creare e presentare una collezione o aprire un'attività in proprio, magari specializzandosi in un settore specifico (ad esempio, occhiali, pelletteria, abbigliamento intimo, ecc.).

ITALIANO L2 E I PROFESSIONISTI DELLA MODA. GIORGIO ARMANI²⁶

A cura di Alberto Raminelli

ATTIVAZIONE

Giorgio Armani è uno degli stilisti italiani più conosciuti a livello internazionale e sicuramente uno dei creatori di moda più influenti. Le sue idee, le sue creazioni, le sue innovazioni e il suo inconfondibile stile hanno caratterizzato gli ultimi 40 anni della moda italiana, contribuendo profondamente alla diffusione del *Made in Italy* in tutto il mondo, occupando un posto significativo non solo nel campo della moda ma anche, più in generale, in quello della cultura.



64 PARLARE Che cosa conosci di Giorgio Armani? Come definiresti il suo stile? Ti piace, non ti piace? Se non lo conosci, cerca su internet le immagini delle sue creazioni, poi commentane una con un compagno.

65 LEGGERE Leggi l'articolo.

Lo stile di Armani

Giorgio Armani è sicuramente uno degli stilisti italiani più famosi nel mondo. Le caratteristiche fondamentali del suo stile sono l'eleganza, la sobrietà e la classicità, che rendono ogni sua sfilata un vero e proprio evento. Il taglio dei suoi abiti è impeccabile e i suoi capi sono sempre eleganti e confortevoli, mai rigidi; i colori preferiti sono il nero e le tonalità leggermente fredde e delicate, o comunque, non aggressive, come il beige, il blu, il bianco, il grigio. Armani ha creato anche un nuovo colore, il *greige*, una tonalità mista tra il grigio e il sabbia, particolarmente delicato ed elegante che lo stesso Armani definisce non-colore. Un'altra importantissima caratteristica di Armani è che la mescolanza di tessuti, e materiali e combinazioni anche molto differenti, per esempio una giacca classica con scarpe da ginnastica, riuscendo sempre a creare capi eleganti e raffinati.

Lo stile di Armani è stato molto influenzato dal suo amore per il cinema americano in bianco e nero degli anni Venti e Trenta e per le sue particolari atmosfere, ma anche la cultura araba e orientale hanno ispirato

²⁶ Testi liberamente tratti e/o ispirati dalle voci su Giorgio Armani presenti in Wikipedia.

profondamente lo stilista. Infatti, nel corso della sua carriera, ha introdotto in alcuni suoi capi i colletti alla coreana, e cappotti simili alla *djellaba*, una tradizionale tunica, generalmente di colore blu indossata da molte tribù del deserto. Soprattutto negli anni Ottanta e Novanta nelle creazioni di Armani compaiono nuovi tessuti, come lo *shantung*, nuove fantasie, come quelle floreali ispirate alle sete giapponesi, e nuove forme, come le giacche con le maniche a *kimono*.

Alcune di queste caratteristiche sono riconoscibili anche nella sua collezione *Armani Casa*, realizzata con fantasie ispirate all'architettura islamica e alle porcellane *Ming* e *Qing*.

La donna Armani

Dinamica e sportiva, impegnata nel lavoro, manager, la donna di Armani è sofisticata, raffinata e, soprattutto, molto femminile. È una donna che vuole sentirsi sempre comoda e sicura ma, allo stesso tempo, elegante e sensuale. La moda femminile di Armani ha caratteristiche anche maschili, per esempio negli abbinamenti innovativi, come quello giacca-pantaloni e nei colori. Infatti, non utilizza più tinte forti, stampe colorate, fiori appariscenti, quadrettati, tessuti damascati ma colori più delicati.



Troviamo queste caratteristiche in tutta la moda femminile di Armani, con piccole variazioni. Per esempio, negli anni Settanta, la donna Armani indossa abiti sportivi, classici e confortevoli, mentre negli anni Ottanta è una donna in carriera, impegnata nel lavoro, professionale e ha un *look* più androgino.

Su questa linea, negli anni Novanta il look femminile si ispira a due grandi attrici del passato, *Greta Garbo* e *Marlene Dietrich*. È uno stile ispirato agli anni Venti e Trenta, che Armani ha proseguito anche negli anni Duemila.



L'uomo Armani

Come la donna, anche l'uomo Armani è elegante e raffinato, ma le linee dei suoi vestiti, anche quelli più formali, sono sempre morbide e confortevoli perché vuole sentirsi sempre a suo agio in ogni situazione. L'uomo Armani, però, sa essere anche molto casual e utilizzare abbinamenti innovativi, come i *jeans* spesso abbinati a giacca e a cravatta a farfalla, una blusa come camicia, un trench senza cintura e bretelle, la maglietta di seta portata sotto la giacca al posto della più tradizionale camicia, i completi da sera con panciotto, i cappotti e le pellicce da portare sempre con grande disinvoltura.

66 CAPIRE

A. Completa la tabella con le informazioni corrette.

Le caratteristiche generali dello stile Armani
I colori preferiti da Armani
Le caratteristiche della donna Armani	Anni Settanta..... Anni Ottanta Anni Novanta..... Anni Duemila.....
Le caratteristiche dell'uomo Armani

B. Scegli tra le opzioni seguenti. Lo stile di Armani è:

- | | | |
|-----------------------------|---------------------------------|----------------------------|
| 1. elegante e molto formale | 2. esclusivamente <i>casual</i> | 3. elegante e confortevole |
| 4. eccentrico | 5. freddo e poco sensuale | 6. sportivo |

C. Segna con una X se le seguenti affermazioni sono vere o false.

	V	F
1. La moda di Armani è elegante ed eccentrica.	—	—
2. Il taglio dei capi è rigido.	—	—
3. Armani non ama i colori aggressivi.	—	—
4. Il <i>greige</i> è un colore inventato da Armani.	—	—
5. Armani non ama mescolare stili e tessuti differenti.	—	—
6. Il cinema americano e la cultura orientale hanno influenzato la moda di Armani.	—	—
7. La moda femminile ha caratteristiche maschili.	—	—
8. La donna Armani usa spesso tinte forti e stampe colorate.	—	—
9. L'uomo Armani veste in modo elegante e comodo.	—	—
10. Gli abbinamenti maschili sono molto tradizionali.	—	—

67 SCRIVERE **Scrivi quali sono, a tuo parere, le caratteristiche più importanti dello stile di Armani e poi discutine con un'altra persona.**

68 LEGGERE

LA GIACCA DI ARMANI, UNA RIVOLUZIONE, UN SIMBOLO

Armani ha disegnato ogni tipo di abiti, ma è sicuramente la giacca il simbolo più significativo di tutto il suo stile. Nel 1975, quando lo stilista presenta la sua prima collezione, fatta di linee **fluide**, morbide ed **essenziali**, presenta per la prima volta anche la sua creazioni più famosa, la giacca “**destrutturata**”, un capo che **rivoluziona** il design della giacca tradizionale: Armani **elimina** i **supporti** interni (**imbottiture** e **controfodere**), **sposta** i bottoni, modifica le **proporzioni** e utilizza **stoffe** morbide. Nasce, così, una giacca elegante ma comoda e **confortevole**, dalle linee che seguono il movimento del corpo. La giacca destrutturata diventa un capo fondamentale anche per la donna, con un taglio maschile, con una forma geometrica rettangolare-allungata, **sensuale** e sempre elegantissima. Ogni donna che indossa un Armani non può non essere notata; quello che colpisce è proprio l’assenza di decorazioni **appariscenti**, forzate e inutili: sono i piccoli dettagli che rendono unico questo stile.

Per quanto riguarda la moda maschile, lo stilista unisce l’eleganza della moda occidentale con l’**essenzialità** orientale. L’uomo Armani ha sempre un tratto che richiama il mondo asiatico: i colli delle giacche ben **definiti** e **rigidi** vengono sostituiti da altri morbidi e **sinuosi**.

La rivoluzione di Giorgio Armani ha segnato profondamente il mondo della moda ma, soprattutto, ha contribuito a far apprezzare il *Made in Italy* in tutto il mondo. Armani, negli anni Settanta, ha voluto proporre un capo tradizionale e formale ma completamente rinnovato: la giacca destrutturata è il simbolo di un periodo storico contraddistinto da importanti cambiamenti culturali e sociali.

A. Cerca il significato degli **aggettivi**

fluide
essenziali
destrutturata
confortevole
sensuale
appariscenti
definiti
rigidi
sinuosi

B. Cerca il significato dei sostantivi.

supporti
 imbottiture
 controfodere
 proporzioni
 stoffe
 essenzialità

C. Collega i verbi al loro corretto significato:

- | | |
|------------------|---------------------------|
| 1. Rivoluzionare | a. togliere |
| 2. Eliminare | b. cambiare posizione |
| 3. Spostare | c. rinnovare radicalmente |

D. Completa la tabella con le informazioni necessarie.

Caratteristiche della collezione del 1975	Es: linee fluide, morbide, essenziali
Cambiamenti della giacca destrutturata rispetto alla giacca tradizionale
Caratteristiche generali della giacca destrutturata	Linee: Taglio: Forma:

69 VERIFICA Segna con una X se le informazioni sono vere o false

	V	F
1. La giacca ha una particolare importanza nella moda di Armani.	—	—
2. La giacca di Armani ha una struttura abbastanza rigida e formale.	—	—
3. Armani cambia alcune caratteristiche della giacca tradizionale.	—	—
4. Questo capo è molto elegante e molto formale.	—	—
5. Armani ha realizzato la giacca destrutturata solo per l'uomo.	—	—
6. Questa giacca è molto sensuale.	—	—
7. Armani ammorbidisce il collo della giacca maschile.	—	—
8. La giacca destrutturata ha anche un importante significato culturale.	—	—

70 VIDEO Guarda questi video su alcune sfilate di Armani e prendi nota delle caratteristiche più significative delle sue creazioni: stile, linee, colori.²⁷



71 VIDEO Guarda due volte il video di un'intervista degli anni Ottanta fatta dal giornalista Enzo Biagi a Giorgio Armani (4.30 min.) e prendi nota delle informazioni secondo te più importanti.²⁸



²⁷URL: <<https://www.youtube.com/watch?v=YCGTnIHqQNY>> - Collezione femminile Primavera-Estate 2016. Ultimo accesso 10.07.2016.

URL: <<https://www.youtube.com/watch?v=GH7wr7dMTL4>> - Emporio Armani Uomo - Primavera-Estate 2016. Ultimo accesso 10.07.2016.

URL: <<https://www.youtube.com/watch?v=rMlqpGyHxRw>> - Emporio Armani Donna - Primavera-Estate 2016. Ultimo accesso 10.07.2016.

²⁸ URL: <<https://www.youtube.com/watch?v=aq2AzjzdyWE>>. Ultimo accesso 10.07.2016.

72 CAPIRE Riascolta l'intervista e segna con una X se le informazioni sono vere o false.



	V	F
1. Armani si è laureato in medicina.	—	—
2. Ha cominciato la sua carriera di stilista nel 1980.	—	—
3. Ha iniziato a lavorare a Milano.	—	—
4. All'inizio, Armani non amava molto la moda.	—	—
5. Per Armani, il successo il successo è il frutto di un impegno costante.	—	—
6. Secondo Armani, chi lavora nella moda non è un artista.	—	—
7. Armani sostiene che l'eleganza debba essere anche un po' casual.	—	—
8. Secondo Armani, avere una "bella presenza" non è importante.	—	—

73 PARLARE Ora conosci qualche cosa di più su Giorgio Armani. Scambia con un'altra persona le tue opinioni sul suo stile, le sue idee e la sua importanza nel mondo della moda.

74 LEGGERE

La carriera di Giorgio Armani

Armani nasce a Piacenza l' 11 luglio 1934, frequenta per due anni la Facoltà di Medicina alla Statale di Milano, ma poi decide di lasciare gli studi per dedicarsi alla moda e, nei primi anni Sessanta, trova lavoro come *buyer* per i grandi magazzini *La Rinascente* di Milano. Il 1964 è un anno molto importante per Armani perché, anche se non ha mai studiato per diventare stilista, viene chiamato da Nino Cerruti, un altro grande stilista italiano, per disegnare la sua linea uomo. Un anno dopo, Cerruti lo assume per **ridefinire** lo stile del marchio *Hitman*. Armani, però, non resta molto tempo da Cerruti perché decide di **realizzare** un *brand* personale, così nel 1974 crea la sua prima linea di abbigliamento in pelle, la Armani by *Sicons*. Nel 1975, a Milano, nasce la *Giorgio Armani S.P.A.*, una **holding** che, in pochi anni, diventa leader nel mondo in differenti settori della moda (abbigliamento, accessori, cosmetici, profumi, arredamento). Nello stesso anno, Armani lancia una linea di **prêt-à-porter** maschile e femminile, ma è nel 1976 che Armani incontra il primo grandissimo successo internazionale. In questa occasione, lo stilista presenta la sua collezione nella prestigiosa Sala Bianca di Firenze e ha un enorme successo grazie alle famose giacche destrutturate, che diventano subito il simbolo dello stile Armani, uno stile di particolare **eleganza** e **modernità**.

Dopo qualche mese, Armani presenta la sua idea di **tailleur** femminile, un capo di grande **classicità** che, però, lo stilista accosta a scarpe con il tacco basso.

Nel 1976 esce la prima collezione **prêt-à-porter** maschile (Primavera/Estate 1976) e Armani decide di **organizzare** una sfilata al *Plaza Hotel* di Milano che ha un successo straordinario e fa conoscere il nome in tutto il mondo. Ma Armani non si ferma. Nel 1979, Armani fonda negli Stati Uniti la *Giorgio Armani Corporation* e così, alla fine degli anni Settanta, dopo pochissimi anni di attività, la *Maison* è già una delle più importanti del mondo. Negli anni Ottanta, il successo del brand cresce sempre più e Armani lancia

nuove linee: Le Collezioni, *Armani junior*, Giorgio Armani Accessori, *Giorgio Armani Underwear* e *Giorgio Armani Swimwear*. Un altro importantissimo sviluppo dell'azienda si verifica, verso la fine degli anni Ottanta, con la creazione di altre due linee, Armani Jeans e Emporio Armani, e le prime due **boutique**, *Emporio Armani* e *Giorgio Armani*, sempre a Milano.

Verso la fine degli anni Novanta l'azienda crea armaniexchange.com, il sito e-commerce della casa e, nel 2000, il sito internet Armani.com. Negli anni Duemila Armani firma una **joint-venture** con il Gruppo Zegna per **produrre** e **distribuire** le linee Armani Collezioni e nascono le linee Giorgio Armani Cosmetics e Armani Casa.

75 LESSICO

A. Cerca sul dizionario il significato della terminologia straniera:

holding

prêt-à-porter

tailleur

boutique

joint-venture

B. Trasforma i verbi in sostantivi.

ridefinire

realizzare

organizzare

produrre

distribuire

C. Trasforma i sostantivi in aggettivi.

eleganza

modernità

classicità

76 CAPIRE

La Giorgio Armani S.p.A.

La Giorgio Armani S.p.A. è una grande *holding* con molti marchi e molte attività che abbracciano anche la musica, il cinema e lo sport.

Abbina i nomi dei marchi Armani con la corretta definizione.

Marchio	Definizione
1. Armani Casa	<p>a. È la linea Armani nata nel 2000 dalla Giorgio Armani Le Collezioni. I capi di questa linea hanno un costo più contenuto rispetto alle linee Giorgio Armani e Armani Privé e lo stile è classico ed elegante.</p> <p>b. È la linea della maison Armani dedicata ad un <i>target</i> dai 3 mesi ai 16 anni ed è diviso in tre sottolinee: Armani Baby (3-24 mesi), Armani Junior (2-8 anni) e Armani Teen (8-16 anni).</p> <p>c. È la linea denim, nata nel 1981. Fanno parte di questa linea prodotti più semplici e casual, meno costosi rispetto ad altre linee della casa.</p> <p>d. È la linea di arredamento di lusso che offre mobili, oggettistica, tessuti e illuminazione e anche un servizio di <i>interior designer</i> per progettare l'intero ambiente.</p> <p>e. È la linea fast fashion, più economica, offre abbigliamento, ed in particolare t-shirt, polo, jeans e tute sportive, oltre ad orologi ed occhiali.</p> <p>f. È la linea più giovanile e trendy. Comprende abiti <i>prêt-à-porter</i>, occhiali, accessori e fragranze, come Emporio Armani City glam e Emporio Armani Diamonds.</p> <p>g. È la prima linea della maison: fondata nel 1978, chiamata anche <i>Black Label</i>. È caratterizzata da linee essenziali, monocromaticità e colori tenui. In questa linea vengono distribuite anche fragranze come Acqua di Giò, Attitude e Armani Code.</p> <p>h. Il marchio di Emporio Armani specializzato in abbigliamento tecnico sportivo di elevatissima qualità per fitness, jogging, snowboard, tennis e nuoto.</p>
2. Armani Collezioni	
3. Armani Exchange	
4. Armani Jeans	
5. Armani Junior	
6. EA7	
7. Emporio Armani	
8. Giorgio Armani	

77 RICERCA IN RETE

Leggi il testo.

La musica, il cinema, lo sport

Armani ha avuto collaborazioni importanti anche con l'ambiente della musica, del cinema e dello sport. Ha pubblicato dischi di musica *ambient*, elettronica e sperimentale intitolati "*Emporio Armani Cafè*", mentre per il cinema ha disegnato costumi e abiti per film e attori famosi, tra cui il più famoso è sicuramente *American Gigolo* con Richard Gere in (1980). Altri film e attori famosi per cui Armani ha creato degli abiti sono *Il cavaliere oscuro* e *Il cavaliere oscuro - Il ritorno*, con Christian Bale, "*Phenomena*" (1985), *Gli intoccabili* (1987), *Cadillac Man* (1990) e *Ransom - Il riscatto* (1996). Per quanto riguarda lo sport, ha disegnato la divisa formale della squadra di calcio italiana *Inter*, del *Chelsea F.C.* e nel 2006 della nazionale di calcio inglese. Armani è anche proprietario e sponsor della squadra di basket di Milano, ora nota come Pallacanestro Olimpia EA7-Emporio Armani Milano.



78 APPROFONDIRE

Ora scegli un settore che ti piace particolarmente e che vuoi conoscere meglio. Fai una ricerca su Internet e prepara una presentazione da fare alla classe.

79 SCRIVERE

Nel tuo Paese c'è uno stilista simile a Giorgio Armani? Scrivi un testo che illustri la sua carriera e il suo stile.

80 COMPrensione SCRITTA

A. Inserisci le parole del riquadro nel testo.

capi - colletti - collezione - confortevoli - creazioni - cultura - giacca - greige - indossata - influenzato - ispirato - maniche - mescolanza - sete - stile - taglio - tessuti - tonalità - tunica

Lo stile di Armani

Giorgio Armani è sicuramente uno degli stilisti italiani più famosi nel mondo. Le caratteristiche fondamentali del suo stile sono l'eleganza, la sobrietà e la classicità, che rendono ogni sua sfilata un vero e proprio evento. Il dei suoi abiti è impeccabile e i suoi sono sempre eleganti e, mai rigidi, i colori preferiti sono il nero e le leggermente fredde e delicate, o comunque, non aggressive, come il beige, il blu, il bianco, il grigio. Armani ha creato anche un nuovo colore, il, una tonalità mista tra il grigio e il sabbia, particolarmente delicato ed elegante che lo stesso Armani definisce non-colore. Un'altra importantissima caratteristica di Armani è che la di tessuti, e materiali e combinazioni anche molto differenti, per esempio una classica con scarpe da ginnastica, riuscendo sempre a creare capi eleganti e raffinati.

Lo di Armani è stato molto dal suo amore per il cinema americano in bianco e nero degli anni Venti e Trenta e per le sue particolari atmosfere, ma anche la araba e orientale hanno profondamente lo stilista. Infatti, nel corso della sua carriera, ha introdotto in alcuni suoi capi i alla coreana, e cappotti simili a *djellaba*, una tradizionale, generalmente di colore blu da molte tribù del deserto. Soprattutto negli anni Ottanta e Novanta nelle di Armani compaiono nuovi, come lo *shantung*, nuove fantasie, come quelle floreali ispirate alle giapponesi, e nuove forme, come le giacche con le a kimono. Alcune di queste caratteristiche sono riconoscibili anche nella sua *Armani Casa*, realizzata con fantasie ispirate all'architettura islamica e alle porcellane Ming e Qing.

B. Inserisci le parole del riquadro nel testo.

androgino - caratteristiche (X2) - colori - di - donna - è - esempio - femminile - indossa - innovativi - ispira - ma - mentre - passato - professionale - proseguito - sensuale - stampe - Venti

La donna Armani

Dinamica e sportiva, impegnata nel lavoro, manager, la donna di Armani è sofisticata, raffinata e, soprattutto, molto femminile. È una donna che vuole sentirsi sempre comoda e sicura ma, allo stesso tempo, elegante La moda femminile di Armani ha anche maschili, per esempio negli abbinamenti, come quello giacca-pantaloni e nei Infatti, non utilizza più tinte forti, colorate, fiori appariscenti, quadrettati, tessuti damascati colori più delicati.

Troviamo queste in tutta la moda femminile di Armani, con piccole variazioni.

Per, negli anni Settanta, la donna Armani abiti sportivi, classici e confortevoli, negli anni Ottanta è una in carriera, impegnata nel lavoro, e ha un look più

Negli anni Novanta il look diventa più androgino, e si a due grandi attrici del, Greta Garbo e Marlene Dietrich. uno stile ispirato agli anni e Trenta, che Armani ha anche negli anni Duemila.



C. Inserisci le parole del riquadro nel testo.

abbinamenti - blusa - camicia casual - cintura - cravatta - disinvoltura - panciotto - portata

L'uomo Armani



Come la donna, anche l'uomo Armani è elegante e raffinato, ma le linee dei suoi vestiti, anche quelli più formali, sono sempre morbide e confortevoli perché vuole sentirsi sempre a suo agio in ogni situazione. L'uomo Armani, però, sa essere anche molto e utilizzare innovativi, come i jeans spesso abbinati a giacca e a a farfalla, una come camicia, un trench senza e bretelle, la maglietta di seta sotto la giacca al posto della più tradizionale, i completi da sera con, i cappotti e le pellicce da portare sempre con grande

SOLUZIONI DEGLI ESERCIZI

LO STILE DI ARMANI

SOLUZIONI ESERCIZIO 66 A

caratteristiche generali dello stile Armani: l'eleganza, la sobrietà e la classicità. I colori preferiti da Armani: il nero, il beige, il blu, il bianco, il grigio, il *greige*. Le caratteristiche della donna Armani anni Settanta: è sportiva e classica. Anni Ottanta: è una donna in carriera, impegnata nel lavoro, professionale, con un look aggressivo. Anni Novanta: è androgina, ispirata a due grandi attrici del passato, Greta Garbo e Marlene Dietrich. Anni Duemila: simile agli anni Novanta. Le caratteristiche dell'uomo Armani: è elegante e raffinato, vuole sentirsi sempre a suo agio in ogni situazione.

SOLUZIONI ESERCIZIO 66 B 3. elegante e confortevole

SOLUZIONI ESERCIZIO 66 C 1F, 2F, 3V, 4V, 5F, 6V, 7V, 8F, 9V, 10F.

LA GIACCA DI ARMANI, UNA RIVOLUZIONE, UN SIMBOLO

SOLUZIONI ESERCIZIO 68 C 1c, 2a, 3b.

SOLUZIONE ESERCIZIO 68 D

Caratteristiche della collezione del 1975: Linee fluide, morbide e ed essenziali. Viene presentata per la prima volta anche la sua creazione più famosa, la giacca destrutturata. Cambiamenti della giacca destrutturata rispetto alla giacca tradizionale: Armani elimina i supporti interni (imbottiture e controfodere), sposta i bottoni, modifica le proporzioni e utilizza stoffe morbide.

Caratteristiche generali della giacca destrutturata - Linee: seguono il movimento del corpo. Taglio: maschile.

Forma: rettangolare-allungata.

SOLUZIONI ESERCIZIO 69 1V, 2F, 3V, 4F, 5F, 6V, 7V, 8V.

SOLUZIONI ESERCIZIO 72 1F, 2F, 3V, 4F, 5V, 6V, 7V, 8F, 9V, 10F.

LA CARRIERA DI GIORGIO ARMANI

SOLUZIONI DELL'ESERCIZIO 75 B

Verbi > sostantivi: Ridefinire >ridefinizione; realizzare > realizzazione; organizzare > organizzazione; produrre>produzione; distribuire>distribuzione.

SOLUZIONI DELL'ESERCIZIO 75 C

Sostantivi > aggettivi: eleganza> elegante; modernità> moderno; classicità>classico.

LA GIORGIO ARMANI S.P.A.

SOLUZIONI DELL'ESERCIZIO 76 1d, 2a, 3e, 4c, 5b 6h, 7f, 8g.

SOLUZIONI ESERCIZIO 80 A

Lo stile di Armani

Giorgio Armani è sicuramente uno degli stilisti italiani più famosi nel mondo. Le caratteristiche fondamentali del suo stile sono l'eleganza, la sobrietà e la classicità, che rendono ogni sua sfilata un vero e proprio evento. Il taglio dei suoi abiti è impeccabile e i suoi capi sono sempre eleganti e confortevoli, mai rigidi; i colori preferiti sono il nero e le tonalità leggermente fredde e delicate, o comunque, non aggressive, come il beige, il blu, il bianco, il grigio. Armani ha creato anche un nuovo colore, il *greige*, una tonalità mista tra il grigio e il sabbia, particolarmente delicato ed elegante che lo stesso Armani definisce non-colore. Un'altra importantissima caratteristica di Armani è che la mescolanza di tessuti, e materiali e combinazioni anche molto differenti, per esempio una giacca classica con scarpe da ginnastica, riuscendo sempre a creare capi eleganti e raffinati.

Lo stile di Armani è stato molto influenzato dal suo amore per il cinema americano in bianco e nero degli anni Venti e Trenta e per le sue particolari atmosfere, ma anche la cultura araba e orientale hanno ispirato profondamente lo stilista. Infatti, nel corso della sua carriera, ha introdotto in alcuni suoi capi i colletti alla coreana, e cappotti simili alla *djellaba*, una tunica tradizionale, generalmente di colore blu indossata da molte tribù del deserto. Soprattutto negli anni Ottanta e Novanta nelle creazioni di Armani compaiono nuovi tessuti, come lo *shantung*, nuove fantasie, come quelle floreali ispirate alle sete giapponesi, e nuove forme, come le giacche con la maniche a *kimono*.

Alcune di queste caratteristiche sono riconoscibili anche nella sua collezione *Armani Casa*, realizzata con fantasie ispirate all'architettura islamica e alle porcellane *Ming* e *Qing*.

SOLUZIONI ESERCIZIO 80 B

La donna Armani

Dinamica e sportiva, impegnata nel lavoro, *manager*, la donna di Armani è sofisticata, raffinata e, soprattutto, molto femminile. È una donna che vuole sentirsi sempre comoda e sicura ma, allo stesso tempo, elegante e sensuale. La moda femminile di Armani ha caratteristiche anche maschili, per esempio negli abbinamenti innovativi, come quello giacca-pantaloni e nei colori. Infatti, non utilizza più tinte forti, stampe colorate, fiori appariscenti, quadrettati, tessuti damascati ma colori più delicati.

Troviamo queste caratteristiche in tutta la moda femminile di Armani, con piccole variazioni. Per esempio, negli anni Settanta, la donna Armani indossa abiti sportivi, classici e confortevoli, mentre negli anni Ottanta è una donna in carriera, impegnata nel lavoro, professionale e ha un *look* più androgino.

Su questa linea, negli anni Novanta il *look* femminile si ispira a due grandi attrici del passato, Greta Garbo e Marlene Dietrich. È uno stile ispirato agli anni Venti e Trenta, che Armani ha proseguito anche negli anni Duemila.

SOLUZIONI ESERCIZIO 80 C

L'uomo Armani

Come la donna, anche l'uomo Armani è elegante e raffinato, ma le linee dei suoi vestiti, anche quelli più formali, sono sempre morbide e confortevoli perché vuole sentirsi sempre a suo agio in ogni situazione. L'uomo Armani, però, sa essere anche molto casual e utilizzare abbinamenti innovativi, come i jeans spesso abbinati a giacca e a cravatta a farfalla, una blusa come camicia, un trench senza cintura e bretelle, la maglietta di seta portata sotto la giacca al posto della più tradizionale camicia, i completi da sera con panciotto, i cappotti e le pellicce da portare sempre con grande disinvoltura.

ITALIANO L2 E MODA. LO SCHIZZO E IL FIGURINO NELLA MODA SCHEMA DI LAVORO

A cura di Nicoletta Cherubini

Il corpo e le proporzioni

Per disegnare un figurino, o schizzo, devi conoscere le **proporzioni del corpo umano**.

Ogni parte del corpo è inserita in un **modulo**. Ci sono **8** moduli di uguale misura (cfr. Fig. 2).

Le **linee di costruzione** ti aiutano a imparare a disegnare il corpo e successivamente le puoi cancellare. Le **linee definitive** restano nello schizzo.



Fig. 1.²⁹

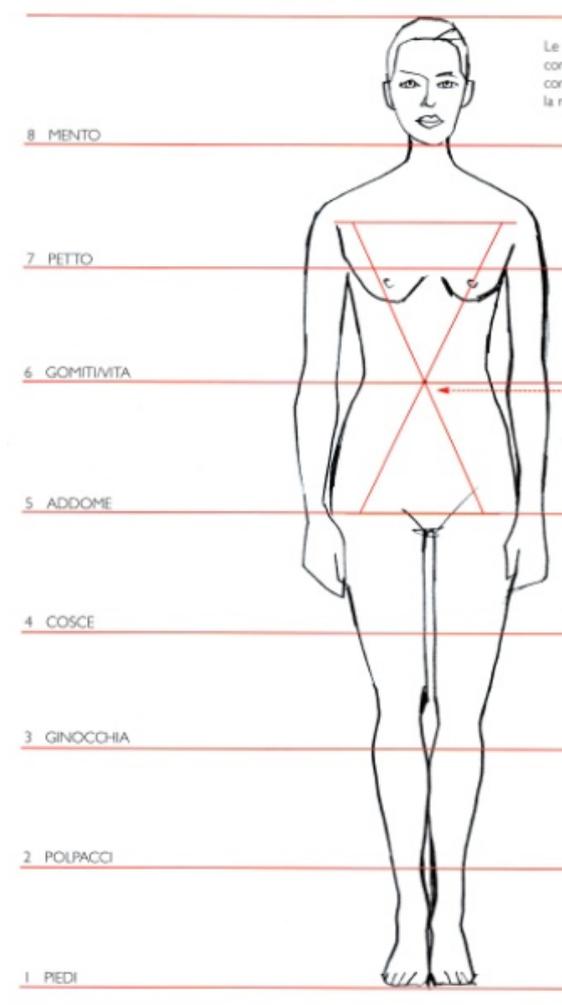


Fig. 2.

²⁹ Fonte delle figure da 1 a 9: Lafuente, M., 2007, *Illustrazione di moda. Figurini*, Loft Publications, Barcelona (rispettivamente pp. 95, 10, 16, 22, 27, 73, 24, 30, 13). Per gentile concessione di Loft Publications.

Le pose

Fai pratica per disegnare i tuoi figurini nelle tre rappresentazioni tipiche:

- di fronte
- di profilo/di lato
- di dietro

Le varie angolazioni devono risultare naturali quindi è meglio fare attenzione alla posizione delle **braccia**, che possono essere **distese**, **incrociate** o **sollevate**.

Le **gambe** possono essere:

unite, **divaricate**, **accavallate** o **sollevate**; le **ginocchia** possono essere **dritte** o **piegate**.

La **testa** può essere:

dritta o **inclinata**.

I **fianchi** (le **anche**) possono essere:

orizzontali o **inclinati (accentuati)**.

Le **spalle** possono essere:

orizzontali o **inclinate**.

La **postura** può essere:

in piedi, **seduta**, **sdraiata**;

può essere **statica** (testa dritta e braccia distese) o **dinamica** (se fai ruotare la testa, un braccio, una gamba e il busto).

81 VERIFICA Scrivi nella tabella sottostante le posizioni di testa, braccia, gambe e fianchi nei seguenti figurini:

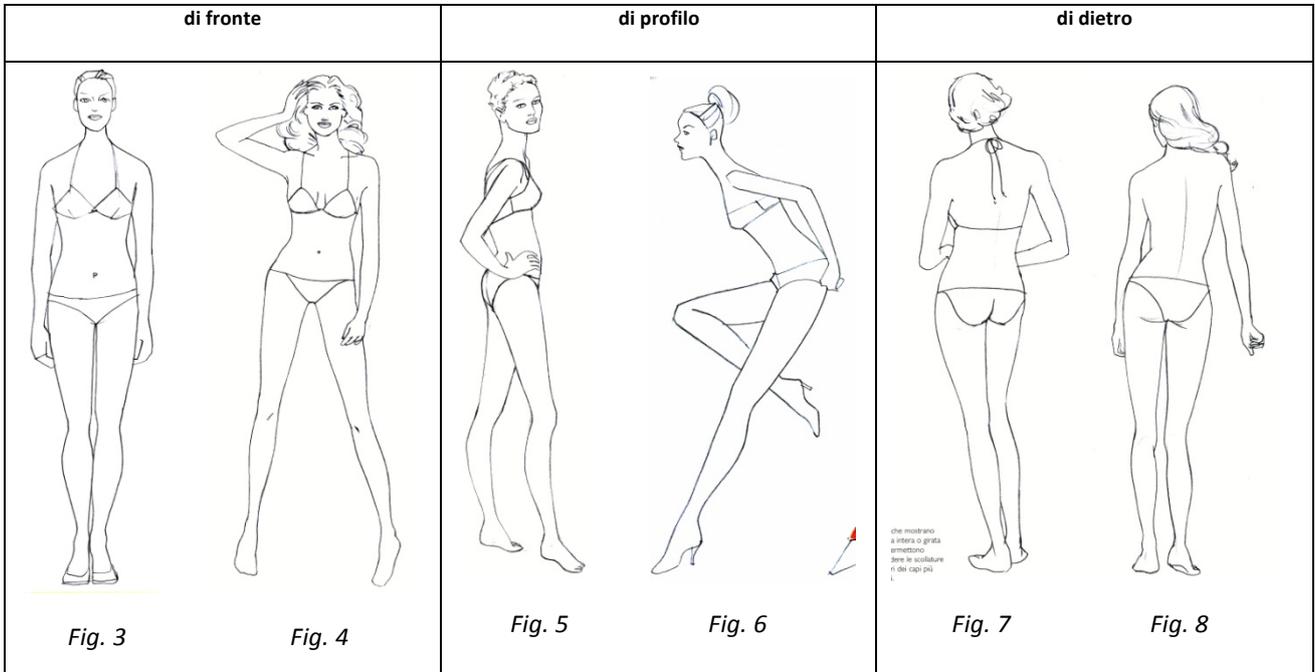


Figura	Testa	Braccia	Gambe	Fianchi
3				
4				
5				
6				
7				
8				

82 PARLARE Lavora con un'altra persona. Cercate su Internet figurini vintage di stilisti italiani e stranieri e descrivete le pose e i modelli.

La tecnica

Il corredo minimo per disegnare un figurino è costituito da due **matite**: una matita di **gradazione** H o 2H per le linee di costruzione e una matita di gradazione B o HB per le linee definitive. La matita F è intermedia fra le **gradazioni dure** e le **gradazioni morbide**. Per ripassare i contorni di una stampa da ricalcare puoi usare un **trattopen** nero. Lo **sfumino** serve per disegnare volumi, ombreggiature e trasparenze. Puoi disegnare direttamente sulla carta oppure, per imparare, puoi **ricalcare** uno schizzo esistente.

I **software** più usati dagli stilisti per i figurini sono *Adobe Photoshop* e *Adobe Illustrator*.

Ma c'è ancora chi usa le **matite colorate** per creare figurini belli e unici. Ci sono poi le **matite acquarellabili**, la **china**, i **pantoni** (pennarelli professionali a base di alcool), i **copic** (pennarelli speciali che stendono il colore in modo molto uniforme), ecc.

Il **disegno a ricalco** è una tecnica che fa risparmiare tempo. Ti servono una **stampa** di un figurino semplice, un **foglio** bianco da stampante, **gomma** e **matita**.

83 VIDEO Segui il *tutorial* su come disegnare il primo figurino (7 min. circa) e prendi nota delle varie fasi che illustra³⁰.



84 PARLARE La scelta della posa. Discuti con un'altra persona. Volete disegnare vari figurini. Quale posa vi sembra migliore per valorizzare le caratteristiche sartoriali di ciascuno dei seguenti capi di vestiario? È possibile più di un abbinamento.

Es.: un mini-abito può essere disegnato su una figura di fronte, in piedi, a gambe unite o divaricate.

Pose	Capi di vestiario
<ol style="list-style-type: none">1. braccio piegato, mano sul fianco2. figura di fronte, in piedi, a gambe unite3. figura con un fianco accentuato4. figura di spalle5. figura con gambe allargate6. figura con gambe di profilo + fianco accentuato + mano poggiata sul fianco	<ol style="list-style-type: none">a. abito che sottolinea il "lato B" (fondoschiena)b. abito scollatoc. gonna a pieghed. pantaloni a vita altae. pantaloni che sottolineano il fondoschienaf. top (camicetta, canotta, ...)g. vestito con drappeggio sul fiancoh. vestito da sera lungo con scollatura profonda

³⁰ Cfr. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=TKPkRtO5HV4>. Ultimo accesso 03.07.2016.

Stilizzare significa semplificare il più possibile il vestito e la figura. In questo modo puoi seguire il tuo gusto personale per creare un effetto androgino, aggressivo, romantico ecc. Come?

Lo stilista può:

- cambiare le proporzioni delle parti del **corpo** (es. testa più piccola, gambe e braccia più lunghe)
- cancellare alcuni elementi anatomici superflui del **viso** (occhi, ciglia, naso, bocca)
- disegnare **mani** e **piedi** solo con le linee di contorno
- accennare i **capelli**.

85 LESSICO Descrivi i due figurini stilizzati qui sotto (Fig. 9). Usa le parole contenute nel riquadro, che indicano dei significati contrari, per spiegare come lo stilista ha disegnato o modificato le varie parti del corpo.

allungare/accorciare
ingrandire/rimpicciolire
marcare/accennare
includere/cancellare

Es.: Lo stilista ha cancellato gli occhi dal viso dei due figurini.



Fig. 9.

ITALIANO L2 E MODA. IL LESSICO DELLA MODA: LA CAMICIA³¹

SCHEMA DI LAVORO

A cura di Alberto Raminelli

86 LESSICO Conosci le parti della camicia? Scrivi al posto giusto le parole nel riquadro, come nell'esempio.

DAVANTI

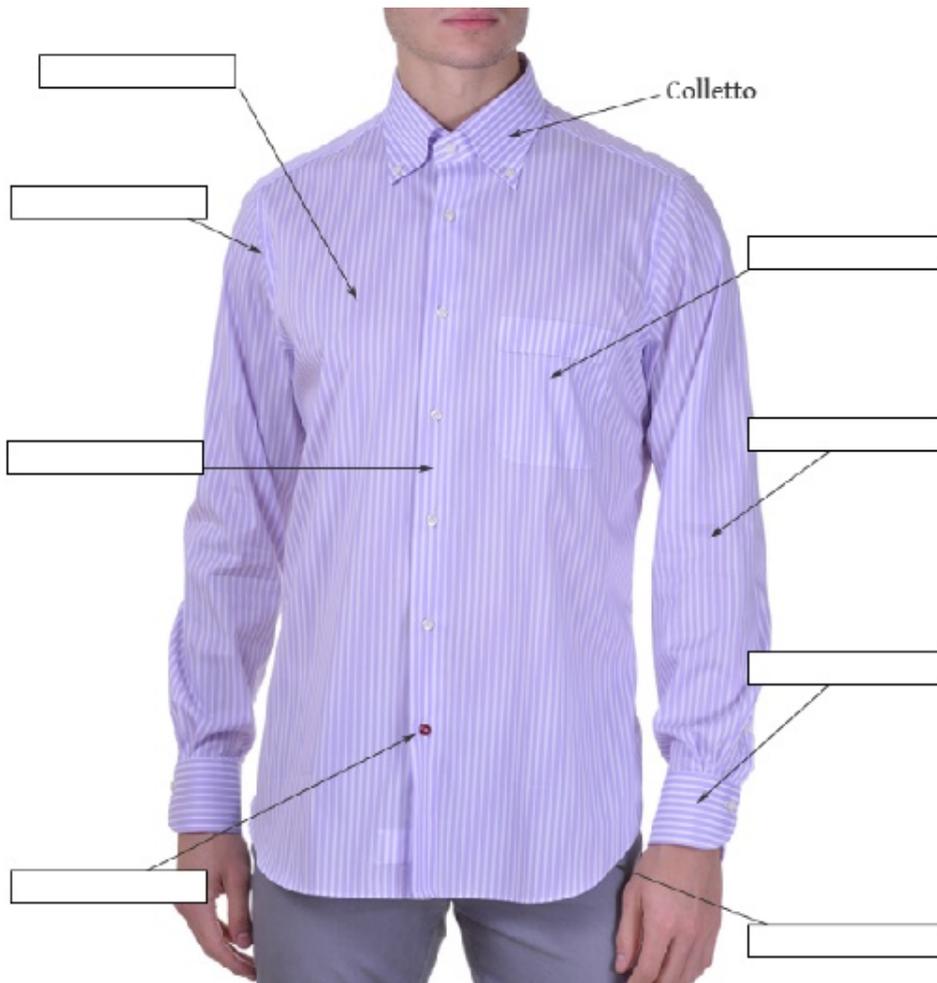
bottoni - cannoncino - collo - colletto - davanti - giromanica - manica - orlo - polsino – taschino

DIETRO

carré - collo - coda - festino della manica - fianchi - mosca (X2) - orlo - mosca - schiena - sottomanica

³¹ Fonte: blog.Kamiceria.it. URL: <http://blog.kamiceria.it/quali-sono-le-parti-della-camicia/>. Ultimo accesso: 10.07.2016

DAVANTI



DIETRO



87 MEMORIZZARE Collega alla definizione corretta i nomi delle parti della camicia che compaiono in questa tabella.

Nomi	Definizioni
1. Asola	a. È il punto in cui viene inserita la manica, che nelle camicie di ottima qualità viene sempre ribattuto.
2. Bottone	b. È l'apertura lungo la manica che segue al polsino e che di solito viene chiusa da un bottone.
3. Cannoncino	c. È la fascia su cui sono ritagliate le asole. Se è cucito "a vista", il cannoncino è tipico delle camicie sportive, mentre nelle camicie eleganti e classiche non compare.
4. Schiena	d. È la parte della camicia che copre le spalle.
5. Carré	e. È la parte finale della manica.
6. Coda	f. È la parte frontale di una camicia, dove vengono applicati i bottoni e i taschini.
7. Collo/Colletto	g. È la parte più bassa del dietro della camicia.
8. Davanti	h. È l'apertura in cui si infila il bottone per ottenere la chiusura di un abito. Si chiama anche occhiello.
9. Fessino della manica	i. È cucito di solito sul lato sinistro del davanti. E' un dettaglio che compare generalmente nelle camicie sportive, specialmente se con collo <i>button down</i> , e nelle camicie da lavoro.
10. Fianchi	l. Parte inferiore del giromanica.
11. Giromanica	m. Parte della camicia che copre il braccio fino alle mani.
12. Manica	n. Parte posteriore della camicia. Può essere liscio, con cannone centrale, con due pieghe laterali o con <i>pinces</i> nel caso di camicie <i>slim</i> , che seguono la forma del corpo.
13. Mosca	o. Parte superiore della camicia che si chiude intorno al collo.
14. Orlo	p. Parti laterali della camicia.
15. Polsino	q. Piccolo oggetto, che si usa per allacciare la camicia.
16. Sottomanica	r. Piccolo triangolo di tessuto cucito da ogni lato tra il davanti e il dietro della camicia, allo scopo di rinforzare la cucitura ed evitare strappi.
17. Taschino	s. Rifinitura eseguita sul fondo della camicia, variabile secondo il modello e il produttore.

SOLUZIONI DEGLI ESERCIZI

ITALIANO L2 E MODA. IL LESSICO DELLA MODA: LA CAMICIA SCHEDA DI LAVORO

SOLUZIONI ESERCIZIO 86





SOLUZIONI ESERCIZIO 87 2q, 3c, 4n, 5d, 6g, 7o, 8f, 10p, 11a, 12m, 14s, 15e, 16l, 17i.