



GIORGIO ARMANI

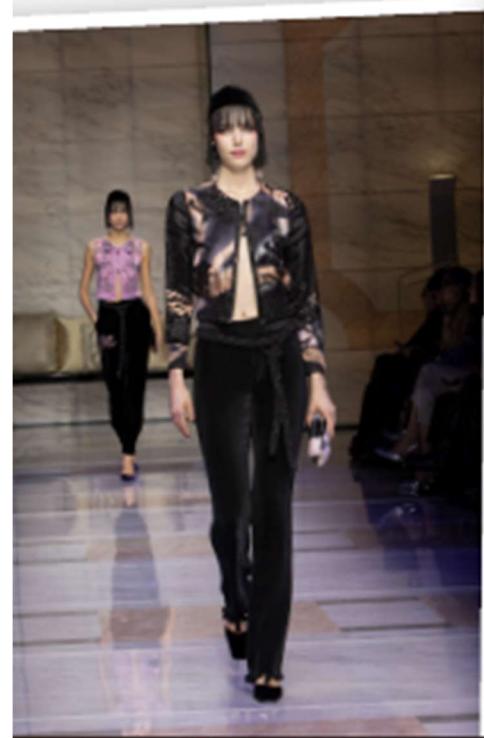
the
unassuming
elegance
of
the King of
Fashion

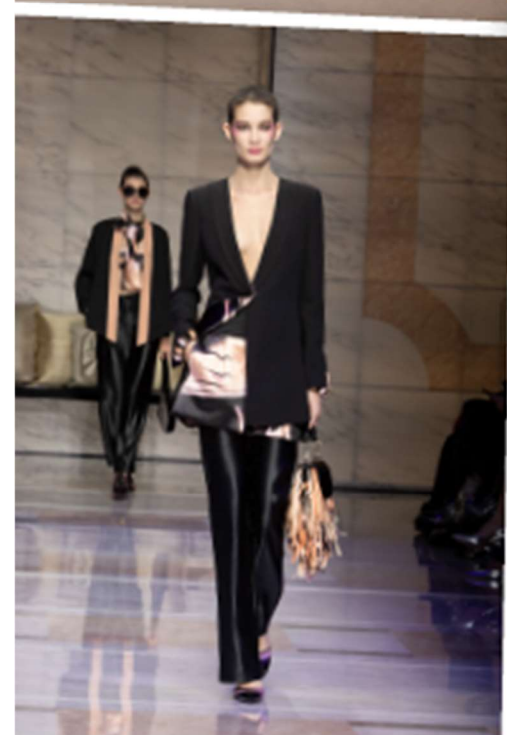
by Roberta Vanore

Half a century of success and a billion-dollar empire, Giorgio Armani is one of the most beloved fashion designers worldwide.

A failed medical student, an aspiring filmmaker, and a stylist by chance, King George has revolutionized and democratized fashion, elevating elegance and Italian excellence on the global stage. "Elegance is not about standing out but being remembered." This statement, one of Giorgio Armani's most famous, defines his personal style and his concept of fashion: refined and sophisticated yet devoid of excess, as clothing should never overshadow but rather express the wearer's personality. Born in Piacenza in 1934 to a humble family, after completing his scientific studies, he moved to Milan and studied medicine for three years. However, he eventually abandoned his studies to work as a shop assistant and window dresser at La Rinascente. Fashion was not initially in his plans, but in 1965, textile entrepreneur Nino Cerruti discovered his creativity, coining the term stylist for him, and hired him to design the Hitman line. His first fashion show in 1970 was an immediate success, which encouraged the young Armani to start his own fashion house

in 1975, together with his life partner, stylist Sergio Galeotti who tragically passed away prematurely. This marked the beginning of an unstoppable ascent. In 1982, Time magazine featured him on the cover, and in 1983, the Council of Fashion Designers of America named him Designer of the Year. In 2000, the Guggenheim Museum in New York held a retrospective exhibition dedicated to him, and in 2006, his first biography was published. In addition to the haute couture Armani Privé line, with outfits priced at 25,000 euros, the designer introduced other more affordable prêt-à-porter lines, such as Emporio Armani featuring the iconic eagle logo and Armani Jeans, with the goal of democratizing fashion and making it accessible to a wider audience. The Armani style is simultaneously classic and innovative: unassuming luxury, refined yet essential, featuring precious materials and artisanal craftsmanship with sophisticated details, clean lines, and a focus on lightness, fluidity, and softness. The Armani revolution began with the deconstruction of the jacket: the designer eliminated internal supports







of padding and linings, moved buttons, and adjusted proportions to create a less rigid garment suitable for both men and women similar to Yves Saint Laurent's tuxedo. Neutral and cool tones prevail. In addition to white, black, pearl grey, beige, sand, and the iconic Armani blue, a hallmark of haute couture elegance, the designer introduced greige, a fusion of beige and grey. In the 2024 women's collections, you'll find precious and luminous fabrics such as iridescent silk satin with a play of light: vibrant colours and sensations. The garments are fluid, following the body's movements with long jackets, soft trousers, low heels, and large bags.

Inspiring the designer's creativity are the America of the 1920s and 1930s, Oriental and Arabian cultures and above all, cinema, which is a great passion of the designer, who had always dreamt of becoming a filmmaker. It was cinema that brought him international success in 1978 when Hollywood actress Diane Keaton wore one of his jackets at the Oscars. Armani went on to create costumes for Richard Gere in "American Gigolo" (1980), Christian Bale, the Batman in "The Dark Knight" (2008) and Leonardo DiCaprio in "The Wolf of Wall Street" (2013).

The brand became a favourite among

Hollywood celebrities, including Tom Cruise, Madonna, Nicole Kidman, Penelope Cruz, Sophia Loren, Julia Roberts, and Lady Gaga. Giorgio Armani contributed to the global success of Made in Italy and the rise of Milan as the world's fashion capital. Yet, despite his incredible international career, the designer-entrepreneur, often seen in a blue t-shirt, remained a simple person. He is a reserved, shy, and kind-hearted man who is concerned about environmental and social issues because, for him, "being famous is almost a moral responsibility." He has also been very generous, donating two million euros to hospitals and civil protection during the Covid-19 pandemic, because "fashion needs a heart."

In 1975, the English dubbed him King George, and for everyone, King Giorgio is truly the King of Fashion, the one who shattered traditional fashion norms revolutionized the concept of elegance, and received numerous awards and honours, including the Cavaliere del Lavoro, Fashion Oscar, CFDA Fashion Icon Award, and honorary degrees. A great example of entrepreneurial savoir-faire, in nearly fifty years of his career, Giorgio Armani, who is 89 years old and the sole owner of his company, has built a luxury empire that includes a wide range of products such as clothing, eyewear, jewelry, watches, cosmetics, perfumes, home furnishings, restaurants, and luxury hotels. His estimated wealth is around 12.4 billion dollars, making him the second wealthiest person in Italy.

He is a true exemplar of success, demonstrating that, in the end, true elegance is about being oneself.

Giorgio Armani L'eleganza senza ostentazioni del "re della moda"

*Mezzo secolo di successi e un impero miliardario,
Giorgio Armani è uno dei fashion designer più amati a livello internazionale.
Medico mancato, aspirante regista e "stilista" per caso,
"re Giorgio" ha rivoluzionato e "democraticizzato" la moda,
elevando nel mondo l'eleganza e l'eccellenza made in Italy.*

Testo di **Roberta Vanore**

«L'eleganza non è farsi notare, ma farsi ricordare». Questa frase, tra le più note di Giorgio Armani, definisce sia il suo modo di essere che il suo concetto di moda: raffinata e ricercata ma priva di eccessi, perché l'abito non deve mai prevaricare ma deve esprimere la personalità di chi lo indossa.

Nato a Piacenza nel 1934 da una famiglia di umili origini, dopo la maturità scientifica si trasferisce a Milano dove per tre anni studia medicina, ma poi lascia la facoltà per dedicarsi al lavoro di commesso e vetrinista presso la *Rinascenza*. La moda non era nei suoi progetti, ma nel 1965 l'imprenditore tessile Nino Cerruti scopre la sua creatività (conia per lui il termine "stilista") e lo assume per disegnare la linea *"Hitman"*. La prima sfilata, nel '70, ha un immediato successo, tanto da spingere il giovane Armani a mettersi in proprio fondando, nel 1975, la sua omonima azienda insieme al compagno di vita, lo stilista Sergio Galeotti (prematuramente scomparso). È l'inizio di un'inarrestabile ascesa. Nel '82 la rivista *"Time"* gli dedica la copertina, nel '83 il *Council of Fashion Designers of America* lo elegge "stilista dell'anno", nel 2000 il *Guggenheim Museum* di New York gli dedica una retrospettiva e nel 2006 esce la prima biografia. All'haute couture *Armani Privé* (con abiti da 25mila euro) il designer affianca poi altre linee "prêt-à-porter" più economiche, come *Emporio Armani* (il logo dell'aquilotto) e *Armani Jeans*, allo scopo di "democratizzare" la moda e renderla accessibile a un pubblico più ampio.

Lo "stile Armani" è simultaneamente classico ma innovativo: un lusso senza ostentazioni, ricercato ma essenziale, fatto di materiali preziosi e lavorazioni artigianali con dettagli sofisticati, ma tagli nitidi e puliti dalle linee semplici, all'insegna di leggerezza, fluidità e morbidezza. La "rivoluzione Armani" parte dalla rivisitazione della giacca che viene "destrutturata": lo stilista elimina i supporti interni (imbottiture e controfodere), sposta i bottoni e modifica le proporzioni rendendo questo capo meno rigido, adatto sia per uomini che per donne (come lo smoking di Yves Saint Laurent). Un'innovativa fusione tra maschile e femminile che si amalgama tra loro: la mascolinità si addolcisce mentre la femminilità diventa più misteriosa e "androgina", ma non per questo meno sexy, anzi: la sensualità viene esaltata, emancipando al contempo il ruolo delle donne. A predominare sono le tonalità neutre e fredde. Oltre a bianco, nero, grigio perla, beige, sabbia e l'iconico "blu-Armani", tratto distintivo dell'eleganza haute couture del brand, lo stilista inventa il "greige", fusione tra il beige e il grigio. Nelle collezioni donna per 2024 spiccano tessuti preziosi e luminosi (come il raso di seta cangiante con riverbero di luce): vibrazioni di colori e sensazioni. I capi sono fluidi e seguono i movimenti del corpo con giacche lunghe, pantaloni morbidi, tacchi bassi e borse grandi.

Ad ispirare la creatività del designer è l'America degli anni '20 e '30, la cultura orientale e araba, ma soprattutto il cinema, grande passione dello stilista che ha sempre sognato di diventare regista. Ed è stato proprio il cinema a regalarli il successo internazionale nel 1978, quando l'attrice hollywoodiana Diane Keaton indossò una sua giacca alla notte degli Oscar. Armani ha poi realizzato gli abiti di scena per Richard Gere in *"American Gigolò"* (1980), Christian Bale, il Batman de *"Il cavaliere oscuro"* (2008) e Leonardo di Caprio in *"The Wolf of Wall Street"* (2013). Il brand diventa uno dei più amati dalle celebrità di Hollywood come Tom Cruise, Madonna, Nicole Kidman, Penelope Cruz, Sophia Loren, Julia Roberts e Lady Gaga.

Giorgio Armani ha contribuito al successo del made in Italy nel mondo e all'ascesa di Milano come capitale mondiale della moda, eppure, nonostante l'incredibile carriera internazionale, lo stilista-imprenditore, vestito spesso in t-shirt blu, è rimasto una persona semplice. Un uomo riservato, timido e gentile, attento ai problemi ambientali e sociali (perché per lui «essere famoso è quasi un impegno morale») e molto generoso (durante la pandemia del covid ha donato due milioni di euro a ospedali e protezione civile) perché «la moda ha bisogno di cuore».

Nel 1975 gli inglesi lo hanno battezzato "King George", e per tutti "re Giorgio" è davvero "il re della moda", colui che ha abbattuto gli schemi tradizionali del mondo del fashion, rivoluzionando il concetto di eleganza, e ottenendo numerosi premi e riconoscimenti (*"Cavaliere del Lavoro"*, *"Oscar della Moda"*, *"CFDA Fashion Icon Award"* e Lauree honoris causa). Grande esempio di savoir-faire imprenditoriale, in quasi cinquant'anni di carriera, Giorgio Armani (89 anni), socio unico della sua azienda, ha creato un "impero del lusso" che comprende una vasta gamma di prodotti (vestiti, occhiali, gioielli, orologi, cosmetici, profumi, arredi per la casa, ristoranti e hotel di lusso): un patrimonio stimato intorno ai 12,4 miliardi di dollari, che lo rende la seconda persona più facoltosa d'Italia. Un grande esempio di uomo di successo che, con passione e tenacia, è diventato un simbolo dell'eccellenza, dimostrando che, in fondo, la vera eleganza è essere se stessi.

Roberta Vanore