

Febbraio 1951: Giovanni Battista Giorgini creatore a Firenze dell'Alta Moda e del Made in Italy

di Letizia Pagliai (Università di Torino)

[Le parole evidenziate nel testo rinviano a link esterni elencati in fondo alla pagina]

Il 12 febbraio 1951 Firenze si ritaglia un ruolo importante sulla stampa internazionale promuovendo un défilé di moda italiana nella cornice di Palazzo Torrigiani in via de' Serragli. Era la residenza di **Giovanni Battista (Bista) Giorgini (1898-1971)**, figura emblematica nel panorama imprenditoriale del Novecento, e questa fu la data che segnò il debutto ufficiale di uno stile propriamente nazionale nella moda, le cui origini sarebbero rimaste indissolubilmente legate alla lungimiranza di questo *Buying Agent* dei grandi magazzini americani e alla sua volontà di dare visibilità – in maniera organizzata e non amatoriale – all'immagine di un paese in piena ripresa economica.

Fin dai precoci esordi della sua attività negli anni Venti, Giorgini aveva dato prova della capacità di promuovere sul mercato extraeuropeo manufatti (articoli artistici, da regalo e arredamento) che esprimessero un forte legame fra la creatività artigianale e la loro rilettura contemporanea. Ma il 12 febbraio 1951, per annunciare quella sfilata privata a una cerchia ristretta di interessati, si sarebbe servito soltanto di un foglio di carta intestata, di un biglietto da visita con stemma e di un invito. Questa la **lettera circolare** in cui Giorgini illustrava il programma dell'*High Fashion Show*, inviata il 28 dicembre 1950 alle varie case di moda per sondare la loro disponibilità a partecipare e che varrà la pena citare per intero: «Fino dal 1923 sono in contatto col Mercato Nord Americano e rappresento molte fra le migliori Case che importano i nostri prodotti di arte e artigianato. Di 'moda' non si è mai parlato in senso pratico, essendo Parigi il loro centro vitale. Sono però sempre stati molto apprezzati i nostri accessori per Moda – quali: borse, sciarpe, guanti, ombrelli, scarpe, gioielli ecc. Poiché adesso gli Stati Uniti sono orientati molto benevolmente verso l'Italia, mi par giunto il momento di tentare una affermazione della nostra Moda in quel mercato. E per raggiungere lo scopo, dato che a Parigi le collezioni sono mostrate ai Compratori Americani durante la prima settimana di Febbraio ed Agosto – dobbiamo organizzarci per potere anche noi mostrare le nostre collezioni alla stessa epoca. Poiché ho già avuto l'adesione di diverse fra le migliori Sartorie, propongo quanto segue: Data: Seconda settimana di Febbraio e di Agosto di ogni anno. Luogo: Firenze. Modalità: Ogni Casa di Alta Moda porterà un minimo di venti modelli (mattino, pomeriggio, cocktail, sera) e una o meglio due delle sue indossatrici. Ogni Casa sosterrà le sopra spese e contribuirà con L. 25.000 all'Ufficio Giorgini per le spese di organizzazione e di ricevimento degli ospiti. Vendite: Le Vendite saranno trattate direttamente fra le Case e i Compratori Esteri. Nell'interesse delle Case stesse, è condizione esplicita che i modelli che verranno mostrati siano di preta ed esclusiva ispirazione Italiana. In questa prima mostra del prossimo Febbraio non sarà facile avere un concorso di Compratori Americani numeroso poiché essi sono convinti che la Moda Italiana è una derivazione della Parigina; e perciò il loro interesse è limitato. D'altra parte abbiamo più volte visto modelli italiani pubblicati su *Vogue* e *Harper's Bazaar* sotto nominativi americani e francesi. Sta dunque nella volontà nostra di dimostrare che l'Italia, che nel campo della Moda attraverso i secoli ne è stata sempre Maestra, ha conservato la sua genialità e può ancora creare con spirito del tutto genuino. La prima Mostra avrà luogo a casa Giorgini il 12 e il 14 Febbraio 1951 – come da invito accluso».

La prima sfilata «a casa Giorgini» era stata, in realtà, preceduta da una serie di tentativi pubblici (enti di settore) e privati di promuovere il tessile e l'abbigliamento, più che una vera e propria alta moda italiana. Per questo era stato costituito a Milano nel 1948 un Centro Italiano della Moda e a Venezia nel 1951 un Centro Internazionale delle Arti e del Costume, diretto fino al '58 da **Francesco Marinotti**, industriale tessile alla guida della **SNIA Viscosa** molto attento a veicolare gli eventi della moda in direzione dei tessuti artificiali e sintetici. Nel frattempo a Firenze, nel maggio 1950, l'Azienda Autonoma di Turismo aveva organizzato una «Serata della moda» presso il teatro della Pergola con la partecipazione di alcune sartorie locali (Bellenghi, Calabri, Chioffi, **Chiostrri**, Fantechi, Adele

Aiazzi Lami, Magnani e Gemma Palloni) e di un pellettiera (Pescarolo). Loro capofila era stato il già noto **Salvatore Ferragamo**, vincitore nel 1947 del prestigioso premio Neiman Marcus, l'Oscar della moda, dato in quell'occasione per la prima volta a un italiano. Nessuno si era stupito che la «Serata della moda» avesse riproposto per l'ennesima volta i modelli parigini di Christian Dior, Jacques Fath ed Elsa Schiaparelli, sebbene confezionati con tessuti nazionali come le lane dell'industria **Il Fabbricone** di Prato, le sete della Fisac di Grandate (Como), le tele delle **Manifatture Cotoniere Meridionali**, campane. L'evento aveva fatto nascere l'idea di costituire a Firenze «un centro di orientamento sulla moda» che fornisse informazioni sul settore. Intanto, indifferente alle manifestazioni private nel settore, il governo aveva riconfermato l'attività dell'Ente Italiano Moda con sede a Torino (d.p.r. 17-02-1951), un organismo di impronta autarchica, ideato negli anni Trenta per difendere un presunto stile nazionale nell'abbigliamento.

La frammentarietà di queste iniziative rivelava l'insufficienza degli sforzi per creare un sistema organico di collaborazione tra sartoria artigianale e industria tessile. Il fattore innovativo introdotto, invece, nell'elaborato meccanismo messo in opera da Giorgini fu quello di assecondare la politica economica del paese che, sostenuta dagli aiuti americani, improntò la propria ripresa sugli scambi commerciali: esportazione di merce lussuosa e immissione di un flusso costante di dollari. L'importanza della moda italiana per la bilancia commerciale si misurava valutando l'incremento delle esportazioni a prezzi concorrenziali: esse passarono dai 3 miliardi di lire nel 1950 ai 35 di dieci anni dopo. I prodotti che maggiormente alimentarono il traffico verso l'estero furono le calzature, gli articoli in pelle e la maglieria. In questo contesto, non fu di minor conto l'interesse congiunto di Stati Uniti e Italia a scalzare la Francia, diretta concorrente commerciale sui mercati esteri, dal piedistallo del monopolio creato fin dal 1927 con un ordinamento giuridico di tutela (Chambre Syndicale de la Couture). «Non parlate in francese ai pionieri del New Look», intitolava – non a caso – Oriana Fallaci il suo noto articolo apparso su «L'Europeo» l'1 febbraio 1959 dedicato alla conquista dei mercati mondiali da parte di Giorgini.

Quali furono gli elementi sui cui venne fatta leva per conferire autorità all'alta moda italiana?

In primo luogo, venne diffusa un'immagine unitaria della moda nazionale, realizzata tramite sfilate collettive di creatori italiani che, in precedenza, avevano esibito i propri modelli unicamente presso le rispettive case di moda (al pari di ciò che avveniva in Francia, per le case di *haute couture* presso i grandi atelier). Il *défilé* privato di Palazzo Torrigiani del 1951 chiamò a raccolta, infatti, in un sol luogo e momento i modelli di celebri sartorie davanti a un numero piuttosto ristretto di compratori; da Roma per l'alta moda aderirono **Fabiani**, le **Sorelle Fontana**, **Simonetta**, **Carosa** e Schuberth; da Milano, invece, Marucelli, Noberasco, Vanna e **Veneziani**. Per la moda boutique parteciparono **La Tessitrice dell'Isola** di Capri ed **Emilio** di Firenze, il referente principale dei compratori internazionali per le tendenze della *resort fashion*, ossia la moda legata al mare o alla montagna. Gli acquirenti stranieri, soprattutto gli statunitensi, si interessarono enormemente a questa produzione 'minore' che venne denominata *boutique* e fu rappresentata da maglieria elegante, impermeabili e articoli sportivi, realizzati all'impronta della praticità. Dal quarto *Fashion Shows* fu possibile spostare le **sfilate nella Sala Bianca** di Palazzo Pitti grazie al sostegno del sindaco Giorgio La Pira e dall'Azienda Autonoma di Turismo. La 'pedana unica' della Sala Bianca, terminologia per addetti ai lavori, indicava la volontà di anteporre alla riconoscibilità del proprio marchio l'organismo organizzativo ideato da Giorgini che rappresentava gli interessi collettivi della categoria dei creatori italiani; e ciò a prescindere dalle defezioni, anche di designers importanti, che comunque si sarebbero verificate nel tempo.

Dobbiamo poi ricordare, come elemento di forza dell'alta moda italiana, che i *Fashion Shows* fiorentini ottennero l'immediato avallo delle autorità commerciali americane; gli eventi proposti nella Sala Bianca nacquero per il mercato estero e produssero, soprattutto, l'affermazione del nuovo settore delle confezioni in serie e degli accessori, sia a carattere artigianale che industriale, come veniva chiarito in una nota confidenziale dell'ufficio commerciale italiano a New York: «Nel quadro del programma per lo sviluppo delle vendite nell'area del dollaro,

il settore dell'alta moda merita di essere attentamente studiato, tenendo conto che esso, oltre a poter alimentare una esportazione di prestigio, è suscettibile, se accortamente e tempestivamente valorizzato, di arrecare un apprezzabile gettito di dollari, sia direttamente, con la vendita delle creazioni, che, e soprattutto, grazie ai suoi riflessi sul campo tessile in generale (tessuti novità), nonché sulle industrie delle confezioni e degli accessori dell'abbigliamento [...]. La manifestazione peraltro che ha avuto di gran lunga, la più grande risonanza negli ambienti della moda e nella stampa americana e che ha contribuito al successo delle mostre sopra enumerate è stato il Salone di Firenze, organizzato nello scorso luglio dal Sig. G.B. Giorgini, commissionario di numerose case americane di primaria grandezza».

La stampa specializzata contribuì ad indirizzare il consenso dell'opinione pubblica internazionale sulla moda italiana; anche questo ultimo elemento deve considerarsi costitutivo per l'affermazione delle manifestazioni della Sala Bianca. La carta stampata specializzata statunitense ebbe in quegli anni un giornalismo quasi completamente al femminile; fra le più importanti giornaliste accreditate a partecipare ai *Fashion Shows* di Firenze dobbiamo ricordare Irene Brin («Harper's Bazaar», N.Y. e Londra), Fay Hammond («Los Angeles Times»), Sally Kirkland («Life», «Time»), Virginia Pope («The New York Times»), Eugenia Sheppard («The Herald Tribune»), Bettina Ballard e Consuelo Crespi («Vogue», N.Y.), Carmel Snow («Harper's Bazaar», N.Y.), Alice Perkins («Woman's Wear Daily»), Dina Tangari («The Christian Science Monitor»), Elisa Massai delle Fairchild Publications of New York. Quest'elenco include necessariamente solo le giornaliste più illustri, in quanto le agenzie di stampa internazionali presenti alle sfilate (la Associated Press, la United Press International e la Reuters), inviavano i loro servizi a molte migliaia di organi di stampa sparsi in tutto il mondo.

Bibliografia di riferimento

- C. M. Belfanti, *Civiltà della moda*, Bologna, Il Mulino, 2008
- G. Celant (ed. by), *The Italian Metamorphosis, 1943-1968*, New York, Guggenheim Museum, 1994
- G. Malossi (a cura di), *La Sala bianca: nascita della moda italiana*, Milano, Electa, 1992
- L. Pagliai, *La Firenze di Giovanni Battista Giorgini. Artigianato e moda fra Italia e Stati Uniti. / Florence at the time of Giovanni Battista Giorgini. Arts, Crafts and Fashion in Italy and the United States*, Firenze, Edifir, 2011
- V. Pinchera, *La moda in Italia e in Toscana: dalle origini alla globalizzazione*, Venezia, Marsilio, 2009
- S. Stanfill (ed. by), *The Glamour of Italian Fashion since 1945*, London, V&A Publishing, 2014
- N. White, *Reconstructing Italian Fashion. America and the Development of the Italian Fashion Industry*, Oxford, Berg, 2000

Elenco dei link in ordine di citazione (il loro funzionamento è stato verificato nel gennaio 2018)

- [Giovanni Battista Giorgini negli «Archivi della moda del Novecento»](#)
- [Lettera di Giovanni Battista Giorgini alla casa di moda Carosa, 1950, negli «Archivi della moda del Novecento»](#)
- [Francesco Marinotti, voce nel «Dizionario Biografico degli Italiani»](#)
- [Scheda sulla SNIA Viscosa in «Museo Torino»](#)
- [Le Sorelle Chiostrì negli «Archivi della moda del Novecento»](#)
- [Salvatore Ferragamo negli «Archivi della moda del Novecento»](#)
- [Il Fabbricone \(Prato\) in «Archivi d'impresa»](#)
- [Manifatture Cotoniere Meridionali \(Mcm\) in «Archivi d'impresa»](#)
- [Alberto Fabiani in «Archivi della moda del Novecento»](#)
- [Le Sorelle Fontana in «Archivi della moda del Novecento»](#)
- [Simonetta Colonna di Cesarò in «Archivi della moda del Novecento»](#)
- [Giovanna Caracciolo Ginetti, Maison Carosa in «Archivi della moda del Novecento»](#)
- [Jolanda Veneziani in «Archivi della moda del Novecento»](#)

- [Clarette Gallotti, Ditta La Tessitrice dell'Isola in «Archivio Centrale dello Stato»](#)
- [Emilio Pucci in «Archivi della moda del Novecento»](#)
[Video di alcune sfilate di moda a Firenze \(1951-1960\)](#)

Come citare questo articolo: Letizia Pagliai, *Febbraio 1951: Giovanni Battista Giorgini creatore a Firenze dell'Alta Moda e del Made in Italy*, in "Portale Storia di Firenze", Febbraio 2018, <http://www.storiadifirenze.org/?temademese=febbraio-1951-giovanni-battista-giorgini-creatore-a-firenze-dellalta-moda-e-del-made-in-italy>