

Matisz Flóra

11.D

Az olasz divat

Az olasz divat

Egy olasz randevű

Azúrkék égbolt, virágzó fák színes kavalkádja, itt a tavasz, itt a szerelem. Milánó zajos kis utcájában, ahol a frissen sült pizzák illata keveredik a kávééval, elegáns hölgy ül a Dolce Vita teraszán. kalapja tökéletesen övezi hosszú barna haját,* kosztüme kecsesen simul formás termetére. A vakító napfény elöl * szemüveggel védi szemeit, a lágy szellő meglebbenti színes * sálát. Karcsú lábait keresztbe teszi,* csizmáját igazgatja. Várakozik. * táskájából kis tükröt és * rúzszt vesz elő, hogy minden tökéletes legyen. A közelben piros * lassít, majd leparkol egy hasonlóan drága * mellé. A luxusautóból * öltönyben és * cipőben magas, jóvágású férfi száll ki.* órájára pillant. Késett... a rózsacsokor jogos. Miközben átvág a szűk sikátoron, és lefut a lépcsőkön, zsebében megtapogatja az apró ékszeres dobozt, mely egy csodás * gyűrűt rejt. Eljegyzés van készülőben. Azé a csinos nőé lesz, aki a kávézó teraszán már vidáman integet párja felé.*

A történelemből szándékosan hagytam ki a híres olasz márkák neveit, hiszen a nagy múltú divatházak közül bármelyik nevét beilleszthetjük tetszésünk, egyéni ízlésünk szerint. Hiába az általános közhelyek „Nem a ruha teszi az embert” vagy „Nem minden a külső” van egy nemzet, aki mindezekre rácsófol... Ők az olaszok.

Olaszország mint a divat nagyhatalma

A divatvilágot alapvetően 4 város irányítja New York, Párizs, London és Milánó. Ezek közül is kiemelkedik Milánó mely nem csak az olasz divat, hanem a hordható luxus divatáru igazi fellelője.

A milánói a legbefolyásosabb mindközül, mert az olaszok számára a divat nem csupán eszköz arra, hogy kifejezzék magukat, hanem maga a mód- persze ez is olasz szó-, az első pillanatban való lenyűgözés művészete. Egyszerre hétköznapi és



ünnepélyes, hagyományos és formabontó, mint maga az olaszok is az északi hűvös konzekvencia és a déli temperamentum, egy olasz ruha már magában különlegessé tesz.

Olasznak lenni egyet jelent a stílussal, az eleganciával és a misztikummal. Minden a formák és színek összehatásáról szól, hiszen a lényeg a harmóniában lakozik. Az olaszok nemcsak különleges alkalmakkor tündökölnek - ők mindig igyekeznek a legjobbat kihozni magukból. Nem a pénz a lényeg, és nem is a divat - az itáliaiak képesek könnyedén rálelni a STÍLUSRA.

A **divat** többnyire egy adott kultúra irányzatait jelöli, leginkább a külső megjelenésre utalva ezzel, bár a társas érintkezés is ebbe a kategóriába tartozik, mégis a „divat” szó hallatán elsősorban az öltözködésre, hajviseletre és egyéb külső tényezőkre gondolunk. Az olasz divat az utóbbi pár évtizedben világviszonylatban is nagyhatalommá nőtte ki magát.



Az olasz divat legfőbb jellemzője a „dolce vita” életérzés, a luxus jegyében. A tervezők a legnemesebb, legdrágább anyagokkal dolgoznak, szabászatilag nagyon magas színvonalat képviselnek. Fontos, hogy az olasz divatházak a legritkábban alkalmaznak külső divattervezőt a kreativitásért mindig vagy legtöbbször egy vagy két személy a felelős. (Lásd: Emporio Armani-Giorgio Armani, D&G Domenico Dolce és Stefano Gabbana, Dsquared Dan and Dean Caten)

Ha például férfiöltönyre gondolunk, rögtön eszünkbe jut **ARMANI**. **Giorgio Armani** a ma élő legismertebb divattervezők egyike. 1934-ben született, orvosi egyetemre járt, de nem végezte el, helyette elment dolgozni a Nino Cerruti, az Ungaro és a Zegna divatházaknak. 1974-ben született meg a Giorgio Armani márka. 2000-ben az év divattervezője lett világviszonylatban. Ekkorra már a női



és férfi ruházaton kívül létezett fehérnemű, napszemüveg, fürdőruha, gyermekruházat és ékszer részlege a márkának. Sok híresség viseli ezt a márkát. Armaninak nem született saját

gyermeke, jelenleg Viktoria és David Beckham gyermekének keresztapja. Vagyonát jelenleg ötmilliárd euróra becsülik.

Jellemző még a részletek gazdagsága, az alkalmi ruhák csillogása. Az arany és ezüst kiegészítők kicsit már giccs határait feszegetik ilyen **VERSACE**.

Gianni Versace 1946-ban született Calabria tartományban. Gyermekkorában édesanyjának segített a ruhákat elkészíteni. Később építészetet tanult, de korán Milánóba költözött, hogy a divatszakmában helyezkedjen el. Munkájára nagy hatással volt Andy Warhol, továbbá az ókori Róma és Görögország művészete. A hetvenes években ment a Genny és

Gallaghan házhoz tervezni, nem sokkal később saját kollekcióval jelent meg, az első üzletét Milánóban nyitotta. Azóta a világ egyik vezető divatmárkája. A Versace Group luxus ruhákat, kiegészítőket, parfümöt és bútorokat tervez.

Előszeretettel használják nyomott mintaként a logókat ahogy **DOLCE & GABBANA**-nál.



Domenico Dolce 1958-ban született Szicíliában. Gyerekkorában megtanulta a szakmát édesapjától. Milánóba ment tanulni, ahol megismerkedett Stefano Gabbanával, aki akkor grafikusként dolgozott. 1985-ben ketten alapították a Dolce & Gabbana céget, mely mára világhírű márkanév. Nem kizárólag luxus ruházatot terveznek és gyártanak, hanem utcai viseletre szánt

olcsóbb kategóriát is, ezért szélesebb rétegben közkedvelt a márka. Szemüvegeket, parfümöket és órákat is forgalmaznak.

A kollekciókban gyakran fedezhetünk föl szőrmet, ez egyes tervezők tradicionális eleme is egyben, ahogy a Marni, **GUCCI** is használja.

Guccio Gucci Firenzében született 1881-ben, Milánóban halt meg 1953-ban. Eredetileg nyeregkészítéssel foglalkozott, ehhez nyitott üzletet 1923-ban Firenzében. 1947-től szakosodott a cipőgyártásra, majd nagyon gyorsan a világot vezető cipőmárkák között találta magát. Ezek után ékszerkészítés is követte a sikersorozatot.

A luxus kiegészítők népszerűsége jelentős, ilyenek a neves **PRADA**, **FENDI**. Melyek szintén a túldíszítettségre hajaznak, s a gazdagság érzetét keltik az emberben.

Gianfranco Ferré 1944-ben született Legando-ban. Milánóban tanult tervezést egy divatiskolában. Őt tartják a legeredetibb és legelegánsabb tervezőnek. Egy ideig a Dior ház művészeti vezetője is volt. Minden évben újdonsággal lepi meg a piacot. 1986-ban a Cuture



VERSACE



kollekció, 1996-ban a farmer, 2003-ban az ékszer, két évvel később pedig az óra tervezés és gyártás jelent meg, mint a cég újdonsága.

Mario Prada 1913-ban alapította a Fratelli Pradát. Az ötvenes évekig főként utazó neműket, koffereket és táskákat gyártottak, mely gyorsan széles körben ismertté vált. Akkor elveszítette az igényt ezekre a termékekre a piac, és átálltak a cipőkre, kézitáskákra és egyéb kiegészítőkre. A hetvenes években hanyatlásnak indult a vállalkozás, majd 1978-ban Miuccia, Mario unokája vette át az irányítást. Csodával határos módon a Prada táskák és később a ruházat, ismét az elismertséget hozta magával, ma pedig a legigényesebb luxus viseletek közé tartozik.



A Milánói divathét, avagy a trend hete

Olaszország második legnagyobb városa, Milánó. Művészeti elemei szorosan összefüggnek kulturális értékeivel, a több évszázada tartó hagyományok a modern világ design elemeivel. A Scala Színház, a Dóm, a Királyi Palota, a Sforzesco Kastély, a Színház Arcimboldi, a Triennale Design Múzeum csak néhány a sok, gyönyörű látnivaló közül, melyet érdemes meglátogatni, ha Milánóban járunk.

Mégis van egy-egy hét az évben, amikor Milánó átvedlik egy fényképező gépek vakujaitól csillogó, tempós zenétől dübörgő divat forgataggá. Ez a hét Milánói Divathét, olaszul Settimana della moda. A februári divathét az év tavasz/nyári kollekcióját mutatja be az érdeklődők számára. Természetesen a női divat hangsúlyosabb szerepet kap a rendezvényen, de a nyári divatot megjelenítő bemutatókon, a férfi trend is szerepet kap (Milano Moda Uomo). Ezt a hagyományt már 1958 óta ismételik amely, azóta annyira kinőtte



magát, hogy a világ egyik legjelentősebb divat eseményének minősül, ahol szinte kötelező megjelenni, a neves divatcégek tervezőinek, modelljeinek és nem utolsósorban a célközönségnek, akik a mindennapi életben képviselik a világklasszis cégek darabjait. A rendezvény Camera Nazionale della Moda Italiana (Olasz Divat Nemzeti Tanácsa) non-profit szervezet kezében van már a kezdetek óta. Az ő feladatuk a rendezvény teljes megszervezése, a helyszín kiválasztásától a divathetet lezáró after party-ig. Hihetetlen, de ez az esemény az egész évi mintát megadja a divatvilágnak, melyet kisebb változásokkal, de egy hétköznapi ember is lát a boltokban, kirakatokban, utcákon, kávézók teraszán.



Pályázatom témájaként azért választottam az olasz divatot, mert magam is nagy rajongó vagyok. Számomra is fontos a jó megjelenés, még ha szürke hétköznapijaimat is élem és természetesen minden neves női divatháznak izgatottan nézem meg új kollekcióját. Tetszik, hogy a hölgyeknek a legnépszerűbb trendet a férfi tervezők tudják előállítani. Álmaim közé tartozik, hogy egyszer én is jelen legyek egy Milánói divathéten, hiszen kedvelem az olaszokat, a kultúrájukat és kifinomult érzéküket a divat irányában. Olyannyira fanatikus vagyok, hogy kizárólag egy parfümöt használok a Flora by Gucci-t és több éven keresztül gyűjtöttem egy valódi Prada táskára hiszen kedvenc olasz luxus márkám Mario Prada által alapított divatmárka.

Források

<http://hu.wikipedia.org/wiki/Gucci>

<http://trendmagazin.hu/cikk/a-divat-es-a-stilus-nemzete-8211-az-olaszok>

<http://www.versacecollection.com/en/>

<http://www.dolcegabbana.com/>

http://hu.wikipedia.org/wiki/Dolce_%26_Gabbana

<http://hu.wikipedia.org/wiki/Divathét>

<http://www.femcafe.hu/category/cimkek/milanoi-divathet>

<http://magyarolasz2013.wordpress.com/2013/02/21/a-milanoi-divathet-avagy-a-sikk-a-trend-es-a-fenykepezogepek-vakuinak-hete/>

<http://hu.wikipedia.org/wiki/Milánó>

http://www.retikul.hu/pluszminusz/stilus_es_milano

<http://www.fendi.com/en/fendi-world>

Miskolc, 2013.03.10.