

# Sommario

Introduzione	6
I primi anni	8
La Maison Chanel	24
Costumi di scena	54
La guerra e l'esilio	64
Il ritorno trionfale	74
Gli anni di Lagerfeld	106
Accessori	128
Bellezza e fragranze	146
Fonti	154
Indice	155
Ringraziamenti	159





## Les Dernières Créations de la Mode

arrivando. Anni dopo, ricordò a Salvador Dalí, “Sono stata in grado di aprire un negozio di alta moda perché due gentiluomini alzarono l’offerta a vicenda per il mio piccolo corpo bollente”. Amici e familiari si affrettarono ad acquistare le sue creazioni, come le ex amanti di Étienne, tutte affascinate dai cappelli semplicemente chic di Coco, spesso comprati alle Galeries Lafayette e rifiniti in modo sorprendente. La voce si sparse e il successo fu immediato; l’appartamento non era più sufficiente e Capel si attivò per trovare un posto per Coco nel centro del quartiere della moda. L’1 gennaio 1910 nacque un impero al n. 21 di Rue Cambon. L’insegna sulla porta recitava semplicemente “Chanel Modes”.

**In alto** L’illustrazione apparsa sulla rivista *L’Élegance Parisienne*, nell’aprile 1917, ritrae “Le ultime creazioni di moda”, compresi i cappelli di Chanel.

**Nella pagina a fianco** I primi esempi di abiti in jersey firmati da Chanel. Giacca cardigan e nuove gonne più ampie e più corte, meno limitanti rispetto alle proposte delle sue rivali.

## Deauville, Biarritz, Parigi

Chanel iniziò la sua attività vendendo i cappelli che già produceva: il contratto di affitto per i locali di Rue Cambon prevedeva che non si realizzassero abiti, in quanto nello stesso edificio c’era già una sartoria. I cappelli, tuttavia, ricevettero ottime recensioni sull’influente rivista *Les Modes* e subito divennero l’oggetto dei desideri delle attrici di teatro e delle cantanti dell’epoca.





# La Maison Chanel

*“La moda non è un’arte, è un lavoro”.*

Coco Chanel

Coco Chanel era diversa da qualsiasi altro stilista: non disegnava sulla carta e non tagliava modelli. Il suo talento consisteva nella sua consapevolezza istintiva per vestire le forme femminili senza corsetto. All’inizio della sua carriera non poteva contare su un’esperienza tecnica e dopo aver scelto con cura i tessuti, spiegava a parole ciò che desiderava ai suoi dipendenti. Questo si tradusse in un processo tormentato per tutti: Coco urlava ordini ai suoi assistenti e le modelle restavano in piedi per ore mentre lei appuntava gli spilli e riposizionava il tessuto finché era soddisfatta. Coco comprese che la vita del Dopoguerra esigeva semplicità e che la società era cambiata profondamente. Fu responsabile di un ulteriore salto della moda femminile, che si basava su linee pulite e sulla produzione in serie. Approfittando delle sue relazioni sociali, si affidò all’intervento dei fratelli Balsan per assicurarsi la seta provenzale da Lione, mentre Boy la aiutò a procurarsi il tweed scozzese. Quando le scorte di tessuti scarseggiavano, trovò semplicemente il modo per utilizzare al meglio ciò che era disponibile: jersey di cotone, flanella e lana spessa. La pelliccia era praticamente irrimediabile e di conseguenza la domanda era così alta che i clienti generalmente non facevano troppe domande sulla provenienza delle pelli. Coco usava qualsiasi pellame riuscisse ad accaparrarsi, come scoiattoli o conigli d’angora, per ornare orli e polsini.

**Nella pagina a fianco** Gli abiti da sera negli Anni '30 erano eccessivi e sontuosi. Questo vestito di satin bianco, dal vertiginoso scollo a “V” sulla schiena, sfoggia un nastro decorativo che Chanel iniziò a utilizzare per le sue creazioni in questo periodo.



## Flapper dress

Gli spericolati e ruggenti Anni '20 presto divennero noti anche come età del jazz, un periodo in cui chi poteva permetterselo si votava all'edonismo. Cocktail, cabaret e danza sfrenata erano le attività più popolari e i tubini di Chanel, decorati con motivi intricati di perline, lustrini e ricami dorati, erano diventati irrinunciabili. Prodotti con chiffon e tulle, i cosiddetti "flapper dress", abiti da sera caratterizzati da una silhouette dritta a ampia, con vita bassa e frange, erano scamiciati, morbidi e intonati al nuovo fisico maschile che le donne dell'alta società desideravano mantenere. Molti di questi vestiti erano abilmente ricavati da un unico taglio di tessuto per evitare sgradevoli cuciture laterali. Gli orli erano ancora ondeggianti: asimmetrici e a fazzoletto, soddisfacevano armoniosamente tutte le opzioni, ma l'idea di Coco era di accorciare la lunghezza dei suoi modelli. Oltre alla modernità della gonna leggermente più corta, c'era anche uno scopo funzionale: era più facile ballare con un vestito che lasciava più libere le gambe.

### **Nella pagina a fianco**

Negli Anni '20 i flapper dress di Chanel segnarono la svolta.

A vita bassa con gonne succinte, erano spesso molto decorati, come l'abito da sera di seta blu a sinistra, ornato con lustrini di metallo, l'abito in pizzo del 1925, al centro, ricoperto di perline di cristallo e con un fiocco di raso annodato sulla scollatura e sul bacino, e il tubino a vita bassa a destra, del 1925, a balze e con una fusciccia laterale, realizzato con perline di cristallo su chiffon di seta di colore rosso vivo, fra le tinte preferite di Chanel per gli abiti da sera.



## La collaborazione con Hollywood

Nel frattempo, erano in corso complesse negoziazioni con Hollywood. La collaborazione con l'elegantissima stilista Mademoiselle Chanel offriva alla produzione un'ulteriore dimensione di fascino ed era ciò che il magnate cinematografico Samuel Goldwyn era determinato a sfruttare quando, grazie al russo Dmitrij, organizzò un incontro con Coco a Monte Carlo. Goldwyn voleva che Chanel portasse un po' di glamour minimalista parigino alle sue attrici, e al tempo stesso affinasse il gusto della moda americana: decise che le sue star indossassero abiti Chanel non soltanto nei suoi film, ma anche nella vita privata. In un'epoca in cui l'America soffriva la crisi economica, non sopportava che le sue attrici ostentassero un'eccessiva stravaganza e pensò che assoldando Chanel avrebbe conquistato l'approvazione del pubblico. Nel film

*La famiglia reale di Broadway*, del 1930, Ina Claire era già apparsa con uno splendido abito nero di Chanel con rifiniture di pelliccia di volpe rossa, ma il nuovo accordo che Goldwyn propose a Coco richiedeva a entrambi un impegno maggiore. Dopo molti mesi di negoziazioni, le offrì un contratto garantito di un milione di dollari, troppo vantaggioso per rinunciarvi, e Coco partì dunque per Hollywood con Misia nel 1931. Lì fu accolta con molto successo e introdotta alla crème dell'ambiente hollywoodiano: Greta Garbo, Marlene Dietrich, Claudette Colbert e i registi George Cukor ed Erich von Stroheim. La sua fu una visita breve e in qualche modo impalpabile. Chiari subito che non si sarebbe sottoposta ai voleri del sistema degli studios, che avrebbe disegnato tutto a Parigi, inviando una squadra di assistenti in California per terminare le rifiniture. Aveva lavorato così duramente per guadagnarsi la totale indipendenza nei suoi affari che Coco ritenne impossibile sottomettersi alle pretese delle star di Hollywood, che per tutta risposta rifiutarono di accettare

**A destra** La collaborazione di Chanel con Hollywood fu di breve durata, ma la stilista disegnò i costumi per Gloria Swanson nel film *Tonight or Never* del 1931, in cui recitò anche Melvyn Douglas.





## Gli anni di Lagerfeld

*“Coco ha sempre preso in prestito il guardaroba maschile. Ha trasformato le giacche da uomo in uniformi femminili”.* Karl Lagerfeld

Dopo la morte di Coco, la Maison Chanel ebbe un periodo di inattività. Senza il suo comandante in capo, l'impero si trascinò senza una direzione, ma ancora sostenuto dalla vecchia clientela rimasta fedele allo stile classico di Chanel. Fu soltanto 12 anni dopo, con l'arrivo di Karl Lagerfeld nel 1983, che la casa di moda si affermò di nuovo come una forza creativa e di grande influenza. Il prolifico stilista tedesco, che aveva lavorato anche per Chloé, Krizia e Max Mara, e disegnato collezioni per Fendi, per la sua etichetta Karl Lagerfeld, sia per l'alta moda sia per il prêt-à-porter di Chanel, fu una scelta stimolante per mantenere viva l'eredità che Coco aveva costruito con il suo duro lavoro. Soprannominato affettuosamente “Re Karl” dalla stampa di moda, Lagerfeld portò nuova vita al ricordo di Coco Chanel per quasi 30 anni. Sotto la sua sapiente guida Chanel riconquistò il dominio del mondo come un'araba fenice. La sua genialità consistette nell'inserire un accento più giovane e più eccentrico nelle collezioni, per ampliare il gradimento di massa del marchio, mantenendo al contempo il mercato già conquistato leggermente più adulto, che considerava il marchio come sinonimo di qualità eccellente, eleganza e minimalismo. La dichiarazione di intenti di Lagerfeld fu quella di lavorare sugli originali di Chanel utilizzando ciò che trovava negli archivi come

**Nella pagina a fianco** Karl Lagerfeld al lavoro, mentre esegue schizzi dei suoi modelli, nel suo studio a Parigi, nell'aprile 1983.

# CHANEL



**A sinistra** Un abito degli Anni '80 per la Boutique Chanel, stampato con grandi pois color crema su seta nera. Il corsetto è ampio con larghe pieghe sul davanti, la gonna ha due tasche con bottoni dorati con il solito logo a doppia "C".

**Nella pagina a fianco** Questa pubblicità per la Boutique Chanel, risalente agli Anni '80, fu inserita nelle riviste per il mercato britannico.



**CHANEL**  
**BOUTIQUE**



26 OLD BOND STREET – LONDON W1



## Bellezza e fragranze

*“...È ciò che stavo aspettando. Un profumo diverso dagli altri.  
Un profumo da donna, dall'odore di donna”.*

Coco Chanel, a proposito di *Chanel N° 5*

*Chanel N° 5* è il profumo più famoso al mondo e rimane il maggior successo nella storia di una donna decisa a lasciare un segno nel XX secolo. Coco amava il profumo e aveva un olfatto raffinatissimo; spesso citava il poeta Paul Valéry: “Una donna che non si profuma non ha un avvenire”, sorprende che abbia aspettato fin quasi ai 40 anni di età per lanciare la sua fragranza, nel 1921.

Chanel non era la prima stilista di moda a diversificare le proprie attività ma, a differenza degli altri, che si concentravano sulle classiche essenze romantiche floreali, fu la prima a creare un cocktail segreto di oltre 80 ingredienti naturali e sintetici e lo presentò in un flacone minimalista di tipo farmaceutico, con un'etichetta su cui compariva il suo nome e il numero fortunato. La formula originale fu creata da Ernest Beaux, un illustre profumiere francese, che aveva un'industria a Grasse, dove Coco trascorse molte giornate suggerendo diverse combinazioni di ingredienti finché le fu presentata una serie di fiale da provare, numerate da 1 a 24: Coco si fermò sulla n. 5. Si è molto discusso sul significato del nome dato al profumo (qualcuno sostiene che si riferisca al suo segno zodiacale, il Leone, il quinto dello Zodiaco), ma probabilmente la stilista lo scelse per distinguersi dai suoi concorrenti, che promuovevano sul mercato essenze floreali con nomi evocativi. Beaux espresse il suo timore che il numero cospicuo di ingredienti (il gelsomino era quello predominante. ma c'erano

**A sinistra** La prima pubblicità di *Chanel N° 5*, circa 1924, ritrae l'immagine della stilista stessa. Tipico della filosofia di Chanel e degli ideali dell'era delle macchine

del Modernismo, il nome stesso era astratto, il flacone squadrato e maschile, il design e le pubblicità privi dei fronzoli e dei fiori associati al profumo.