





CANOTIER INIZIO DEL XX SECOLO

Chanel rese popolare l'uso di questo cappello ispirato a quello dei gondolieri veneziani.

FIOCCO ANNI VENTI

Chanel cominciò a usare il fiocco in *gros-grain* per adornare i suoi cappelli. Questo semplice accessorio è uno dei prediletti della *maison*.



CHANEL N°5 1921

Questo profumo fu rivoluzionario nella composizione. La sua fragranza accompagna le donne da oltre un secolo.



BOTTONI 1925

Il logo con la doppia C fu ideato da Gabrielle Chanel. I bottoni con questo monogramma rappresentano uno degli elementi più distintivi della casa di moda.

2.55 1955

Chanel creò la borsa 2.55 per liberare le donne dalla scomodità delle *pochette*. Un accessorio leggendario e uno dei principali oggetti del desiderio non solo nel mondo della moda.



TAILLEUR 1954

Il capo più iconico di Chanel, costituito da una giacca in tweed con tasche e una gonna sotto il ginocchio, divenne un simbolo di eleganza.



I MUST DI CHANEL

SECONDO *Diego Valisi*
MILANO FASHION LIBRARY



PETITE ROBE NOIRE 1926

La *petite robe noire* rivoluzionò la moda. Al giorno d'oggi, è un capo imprescindibile nel guardaroba di ogni donna.

SCARPE 1955

Chanel completò il suo guardaroba con queste scarpe versatili, concepite per essere indossate dalla mattina alla sera.



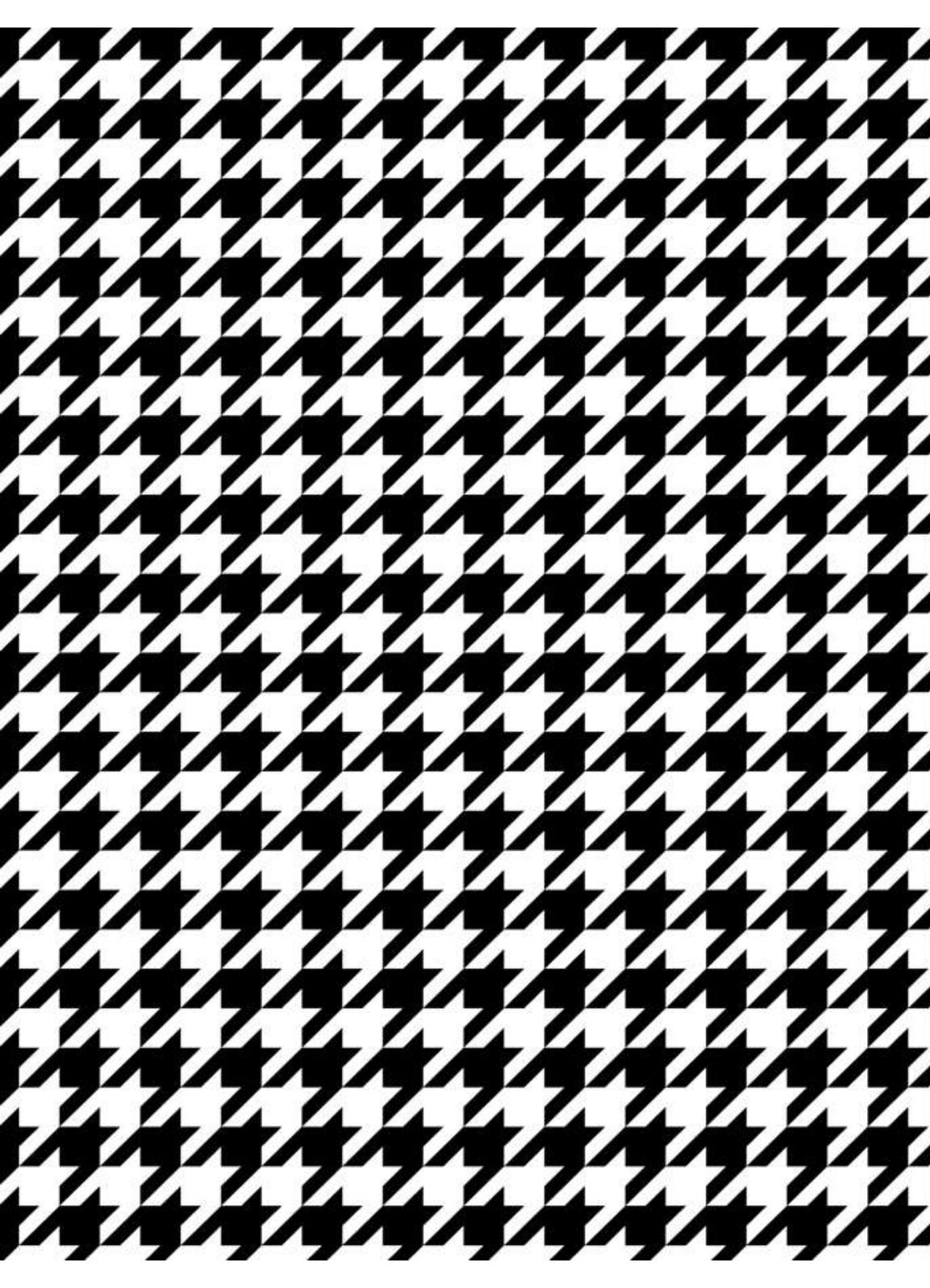
PERLE ANNI VENTI

Chanel introdusse le perle, vere e finte, come un accessorio essenziale, creando un look iconico e senza tempo.



TUTTO INIZIÒ CON CHANEL

Lo stile della *maison* Chanel nacque dall'esigenza della sua fondatrice, Gabrielle «Coco» Chanel, di essere una donna libera e attiva. In un'epoca in cui la moda era dominata dagli uomini, la stilista riscrisse le convenzioni della femminilità e definì il proprio brand, affermandosi attraverso creazioni iconiche come la *petite robe noire* e il *tailleur*, fedeli a una chiara filosofia: semplicità, praticità ed eleganza disinvolta. Queste caratteristiche hanno mantenuto la propria rilevanza nel corso dei decenni, in gran parte grazie all'importante apporto di Karl Lagerfeld che, dopo aver assunto la direzione della *maison* a seguito della scomparsa della fondatrice, riuscì ad aggiornare il suo *heritage* adattandolo al gusto contemporaneo. Grazie a ciò, Chanel possiede un patrimonio forte e distintivo, rinnovato e rielaborato anche negli ultimi anni da Virginie Viard, che ha fatto sì che in un mondo effimero come quello della moda il brand rimanga sinonimo di eleganza e stile senza tempo.



UNA BOUTIQUE IN RUE CAMBON

Il 1° gennaio 1910, Gabrielle «Coco» Chanel, una giovane di ventisette anni, apriva per la prima volta le porte del suo negozio di cappelli, Chanel Modes, al numero 21 di rue Cambon, a Parigi. La boutique, situata in un elegante edificio in stile Haussmann, a pochi passi da Place Vendôme e da rue du Faubourg Saint-Honoré, si trovava in una posizione strategica. L'hotel Ritz era a soli quattro minuti a piedi. Poco più avanti, c'era la famosa fioreria Lauchame che riforniva le famiglie altolocate della città e in cui Marcel Proust, pare, si fermasse ogni giorno per acquistare il fiore che portava sempre all'occhiello.

Senza dubbio, era il luogo ideale per una giovane donna con grandi ambizioni, e Gabrielle ne aveva. Nata nell'ospizio

Prima di aprire la sua boutique, tuttavia, Gabrielle visse una serie di esperienze che la portarono dritta al cuore dell'alta società parigina. In effetti, quante possibilità avrebbe potuto avere una giovane donna senza risorse di aprire un negozio di cappelli praticamente all'angolo con l'hotel Ritz? Pochissime, senza dubbio, soprattutto considerando che le donne, all'epoca, non potevano richiedere prestiti bancari. Furono due uomini, Étienne Balsan e Arthur «Boy» Capel, i primi amanti di cui i suoi biografi abbiano notizia, a spianarle la strada fornendole sostegno economico. Il primo, un giovane benestante i cui unici hobby noti erano le donne e l'allevamento di cavalli, le permise di avviare una modesta attività nella sua casa di boulevard Malesherbes, dove Gabrielle realizzò i primi modelli di cappelli. Boy, un milionario inglese, fu invece colui che finanziò l'affitto dell'atelier di rue Cambon. Quante anno più tardi, ormai diventata una donna d'affari di successo, Gabrielle ironizzerà sulla sua posizione di «mantenuta», sostenendo che fu grazie a due uomini infatuati di lei che poté avviare la sua attività. Ma questa, come qualsiasi affermazione ironica, conteneva un misto di verità e di esagerazione.

UN NEGOZIO DI CAPPELLI

Ad Aubazine Gabrielle non aveva imparato solo a cucire e a pregare. Le suore, che conducevano una vita all'insegna dell'autosufficienza, le avevano anche insegnato, seppure inconsapevolmente, quanto fosse importante per una donna poter contare su risorse proprie. Gabrielle voleva farsi strada da sola, e di certo aveva le carte in regola per farlo. Possedeva

quel dono raro ma indispensabile che serve a chiunque voglia intraprendere un'attività artistica, sia essa legata alla scrittura, alla musica, alla pittura o alla moda: avere qualcosa da dire.

I cappelli realizzati dagli stilisti della Belle Époque erano enormi e straripanti di pizzi, piume, frutti, fiori e persino uccelli impagliati. Quegli stravaganti ornamenti li rendevano estremamente scomodi; erano pesanti e causavano terribili emicranie alle donne che li indossavano. Gabrielle trovava assurda quella moda. «Non capisco come le donne possano anche solo pensare sotto quei cappelli», diceva. Il suo primo passo nella boutique di rue Cambon o, per meglio dire, il suo primo atto di affermazione come creatrice di moda, fu proprio

L'attrice Gabrielle Dorziat, una delle prime donne a rendere popolari negli anni Dieci i cappelli creati da Gabrielle Chanel, eleganti, sobri e spogliati degli orpelli stravaganti della Belle Époque.

