

Djevelen før Prada

En diktator som ville hjernevaske en hel nasjon. En nasjon som la sin ære i skreddersøm og kvalitet. Slik starter det store moteeventyret om Italia.

TEKST **Mari Grinde Arntzen**

Alt innenfor staten, ingenting utenfor staten, ingenting imot staten.» Da fascistene, med Benito Mussolini i spissen, styrte regjeringen og tok makten i Italia i 1922, startet en grusom forandring av landet. Diktatur ble lov, og Mussolini tok rollen som «Il Duce», den store allmektige leder. Målet var et nytt italiensk imperium rundt Middelhavet. Men Mussolini ville ikke bare legge folket og verden for sine føtter. Han ville også bestemme moten. Det skulle gjøre Italia til et verdensledende moteland.

EKSPLOSJON. Kurator Sonnet Stanfill er snart i mål. Klær fra Dolce & Gabbana, Giorgio Armani, Gucci, Missoni, Prada, Valentino, Versace og flere av verdens største motehus har landet i London. Nærmere hundre antrekk fra verdenskjente italienske motemerker, fra andre verdenskrig og frem til i dag, skal for første gang vises samlet. I april åpner *The Glamour of Italian Fashion 1945–2014* på Victoria and Albert Museum (V&A) i London. I mars kommer boken med samme navn. Stanfill er både kurator for utstillingen og forfatter av boken.

Hun starter historien om det italienske moteeventyret i 1945. Det er ikke tilfeldig.

– Det skjedde en stor kreativ eksplosjon i Italia etter krigen, og fra midten av 1950-tallet og frem til 60- og 70-tallet opplevde landet en rask økonomisk vekst. Sluttet av andre verdenskrig bød på en mulighet, der italiensk mote ble anerkjent internasjonalt, sier Stanfill.

Det økonomiske puffet kom fra Marshallhjelpen. Italia måtte bygges opp både fysisk og økonomisk. Pengene ble blant annet pumpet inn i moteindustrien.

– Jeg har kommet over dokumenter som viser at både de amerikanske og italienske myndighetene så på mote som et virkemiddel til å reparere Italias rykte etter krigen, forteller hun. – I tillegg var moteindustrien viktig for det fremtidige økonomiske samarbeidet med USA.

Diktatoren Benito Mussolini var ansvarlig for å ha lagt landet i ruiner. Ironisk nok var det også handlingene hans som klemte frem en internasjonal italiensk motebølge noen år senere. ▶



Italiensk eleganse.
Gianfranco Ferré var i flere år sjefsdesigner hos Dior. Hvite bluser var signaturplagget i hans egen kolleksjon. Her fra 1991-kolleksjonen.

FOTO: ©GIANPAOLOBARBIERI

K Kultur
Mote

BENITO MUSSOLINI
[Italiensk diktator]

Født 1883
Grunnla partiet Fasci di combattimento i 1919. Ville forene sosialisme med nasjonalisme.
Diktator i Italia 1922–1943.
Planla italiensk imperium rundt Middelhavet.
Avsatt mot sin vilje og arrestert i 1943. Befrikk av tyske militære.
Skutt og drept av italienske partisanere i 1945.
KILDE: SNL.NO

ITALIENSK MOTE
[Stor industri]

En av verdens fremste, sammen med Frankrike, Storbritannia, USA og Japan.
Kjent for sin høye kvalitet og lange tradisjoner innen tekstilproduksjon og skreddersom.
Toneangivende for europeisk mote fra 1100- til 1600-tallet.
Tilbake som internasjonal aktør fra 1950-tallet.
Kjente motehus og merker: Dolce & Gabbana, Giorgio Armani, Gucci, Missoni, Prada, Pucci, Valentino, Versace, Fendi og Salvatore Ferragamo.
Omsetningen er anslått til nærmere 60 milliarder euro i 2013.

FOTO: THE GRANGER COLLECTION/NTB SCANPIX



02



01

- 01 Første moteshow.** Visningen i Sala Bianca i Firenze i 1955 regnes som italiensk motes fødsel.
- 02 Moteløve.** Diktator Benito Mussolini omgitt av tilhengere.
- 03 60-tallet.** Moteskaperen Valentino poserer foran Trevi-fontenen i Roma med flere av sine modeller.

SVARTSKJORTE. Selv var han visstnok ingen moteslave. Men Benito Mussolini var bevisst den symbolske makten klær kan ha. De militære fikk svarte skjorter inspirert av uniformer fra første verdenskrig. Selv bar han i tillegg ofte en hatt med strutsefjær. Men veien til totalitær makt innebar mer enn uniformer. Mussolini ville ikke bare styre folket gjennom ord og frykt. Han ville styrke nasjonalfølelsen ved hjelp av klær.

– Da fascistene kom til makten, ble moten valgt som et av flere våpen som skulle projisere identitet og nasjonalisere nasjonen, forteller forfatter og professor Eugenia Paulicelli ved The City University of New York.

I boken *Fashion under Fascism* beskriver hun hvordan

FOTO: G.M. FADIGATI, - © GIORGINI ARCHIVE, FLORENCE



FOTO: THE ART ARCHIVE / MONDADORI PORTFOLIO / MARISA RASTELLINI

03

Mussolini prøvde å kontrollere menneskene gjennom mote. Italia hadde lange tradisjoner innen tekstilproduksjon og skreddersøm. Det var dyktige håndverkere, kjent for sin kvalitet, men ingen internasjonale stjerner.

Nå ble den italienske motebransjen ofre for fascistenes propaganda. I 1932 grunnla Mussolini en egen statlig institusjon som skulle styre landets moteindustri. Oppgaven var å få moteskaper til å bruke italienskproduserte materialer og hente inspirasjon fra nasjonaldrakter og gammel kultur.

Samtidig stemplet han utenlandske varer og mote som farlig kosmopolitisme. Han ville bruke motens makt til å oppnå sin egen politiske makt.

THE GLAMOUR OF ITALIAN FASHION 1945–2014

[Utstilling]

Hvor: Victoria and Albert Museum (V&A), London

Når: 5. april–27. juli 2014

Nettsted: www.vam.ac.uk

– Det totalitære fascistiske regimet prøvde å gå inn i menneskenes liv, inn i hodet deres og kroppen på mange måter. Og moten var en del av dette. De trodde at ved å omforme menneskene, omformet man nasjonen.

STORHET. – Det franske motemonopolet var også «en fornærmelse av Italias geni», sier Simen Ekern. Journalisten som jevnlig rapporterer hjem til Norge om italiensk politikk og samfunnsliv, og har gitt ut to bøker om Italia, ser Mussolinis motesatsing også som et spørsmål om stolthet.

– Fordi fascismen er nasjonalistisk, var alt som kunne bygge opp under Italias storhet, avgjørende. Derfor var det så viktig å få i stand en moteindustri som kunne gjen- ▶

K Kultur Mote

▶ speile det italienske, både i økonomi og propaganda. Man måtte være god i alt, forklarer Ekern.

I 1943 ble Mussolini avsatt som diktator og arrestert. Tyskerne hjalp ham å flykte, men i 1945 – rett før det tyske sammenbruddet – ble Mussolini og elskerinnen Clara Petacci skutt og drept. Dagen etter ble kroppene deres hengt opp etter føttene på en bensinstasjon i Milano.

Undertrykkningen var over og kreativiteten fikk armslag igjen. Det sydet hos de italienske moteprodusentene. Men det store vendepunktet kom først i 1951. Da inviterte en tidligere italiensk innkjøpsagent for amerikanske varehus, en mann ved navn Giovanni Battista Giorgini, utenlandske innkjøpere og presse til Firenze.

I den krystallkronesmykkede salen Sala Bianca arrangerte han det første internasjonale italienske moteshowet noensinne. Det ble en suksess. Fra nå av la bransjen motevisningene i Firenze, og senere Milano, inn i kalenderen etter Paris.

LYSNING. – Motehusene er i dag en viktig del av det italienske selvbildet. Moteskaperne blir sett på som kunstnere. Armani og Prada er viktige ikke bare økonomisk, men også som en del av den italienske kulturen, sier Simen Ekern.

På italiensk har man uttrykket «bella figura». Å gjøre et godt inntrykk. Hvordan du kler på deg, handler om hvordan du blir oppfattet. Og klærnes kvalitet er en del av dette. Men selv om den italienske moteindustrien har unnslettet fascistenes klør, eksisterer det fortsatt fascistiske grupperinger i Italia. Tidligere statsminister Silvio Berlusconi var den første til å inkludere tidligere fascist i regjeringen, i 1994. Med finanskrisen og økt arbeidsløshet er gruppene blitt flere.

– I Roma i dag finnes det mange ungdomsbevegelser som leker med fascistiske symboler og bruker typografi og slagord som Mussolini brukte, sier Ekern.

På utstillingen i London trekker kurator Sonnet Stanfill også historiske paralleller, men det er mellom årene rett etter andre verdenskrig og i dag. Neste år er det ventet et oppsving for italiensk mote. The National Chamber for Italian Fashion tror industrien endelig er tilbake på samme nivå som før finanskrisen satte inn.

– Den italienske økonomien i dag er i en forvirret tilstand, sier Stanfill. – Det er kanskje litt ekstremt å sammenligne med tiden etter krigen, men det finnes likheter: de økonomiske vanskelighetene, produksjonen, nedskjæringer og folk som snakker om en krise. Og samtidig ønsker verden italienske varer.

Nok en gang kan moteindustrien redde Italia.

– Det evigvarende er troen på kvaliteten i «Made in Italy», sier Sonnet Stanfill.

– Det er denne beundringen for håndverket og materialene som vil være den italienske motes fortrinn også fremover. For de nye luksusmarkedene, som Kina og Russland, er italienske merker fortsatt mektige. ●

a-magasinet@aftenposten.no

MOTEUTTRYKK

[Italienske]

La bella figura:

Betyr «vakker figur», men brukes i betydning av å gjøre et godt inntrykk – også gjennom klær.

Sprezzatura:

Nonchalant elegance - karaktertrekk ved italiensk mote.

FASCISME

[Politisk ideologi]

Legger stor vekt på nasjonalisme. Kombinerer autoritært styre innad, med imperialistisk holdning utad.

Mest kjent gjennom Benito Mussolinis diktatur.

Dagens utgave kalles nyfascisme. Finnes som mindre grupper og organisasjoner i Europa, men også i form av politiske partier.

KILDE: SNL.NO



FOTO: © VICTORIA AND ALBERT MUSEUM, LONDON

01



FOTO: EPA/DANIEL DAL ZENNARO

02

01

Strikkeplagg. Motehuset Missoni er kjent for fargerike strikkeplagg. Dette antrekket er fra 1972.

02

Årets. Vår- og sommermote 2014 fra Prada.