

Giorgio Armani: *Per amore*

Teksti: Helena Hakola-Louko, julkaistu Italia-klubi ry:n *Riflessi d'Italia* -jäsenlehdessä joulukuussa 2023.

Olin aina pitänyt Giorgio Armanin luksustuotteita, lähinnä vaatteita, tyylikkäänä, hienostuneina ja ajattomina. Itse muotisuunnittelijan olin kuvitellut jo iäkkääksi, sofistikoituneeksi ja jopa snobiksi. Yllätyksekseni kirjan sivuilta tulikin vastaan lämminhenkinen *gran lavoratore*, jonka jääkuoren alla palaa intohimon liekki.

Giorgio Armanin *Per Amore* (2021) tuotot tekijä lahjoittaa *Save the Children Italia Onlus* -järjestölle. Kirjan otsikkoa tekijä kuvaa sanoilla ”*poco armaniano*”, koska häntä pidetään minimalistisen tyylinä vuoksi hillittynä. Hän kertoo sen sijaan olevansa eloisa persoonallisuus: Armanille jokainen idea merkitsee rakastumista, työ on elämä ja kestävän rakkauden teko.

Itse teoksen rakenne on tiivis, sisällysluettelo jakaantuu vain kolmeen osaan: 1) *Prefazione* 2) *Io, raccontato da me* ja 3) *Le mie parole d'ordine, all'uso di tutti*. Parole d'ordine kuvaa tässä Armanin ”tunnussanoja”, jotka hän haluaa jakaa lukijoiden käyttöön. Jokainen tunnussanaluku on vain parin sivun mittainen ja teos onkin tarkoitettu luettavaksi luvusta toiseen hyppimällä. Kirja on omistettu suurelle yleisölle ja läheisille ja se kertoo elämästä, jolle muodin maailma toimii taustana.

Giorgio Armanin henkilökuva



Giorgio Armani syntyi v. 1934 Piacenzan kaupungissa Emilia-Romagnan alueella Milanosta kaakkoon. Perheeseen kuului vanhempien lisäksi sisko **Rosanna** ja veli **Sergio**. Äitiään Giorgio kuvaa määrätietoiseksi ja hienotunteiseksi, joka osoitti lapsiaan kohtaan tuntemaansa rakkautta vähäeleisesti eikä koskaan sortunut ylenmääräisiin eikä turhiin hellyydenosoituksiin. Isäänsä Giorgio kuvaa vaiteliaaksi mieheksi, joka kuoli pojan ollessa vain 25-vuorias. Herää kysymys, olisiko vanhempien hillitty ja kontrolloitu käytös ollut osatekijänä Armanin minimalistisen tyylin syntymisessä?

Teatterin Armani sanoo olevan perheen DNA:ssa: vanhemmat näyttelivät nuoruudessaan Piacenzan paikallisteatterissa, isoisä toimitti peruukkeja teatterille ja veli kirjoitti näytelmiä marionettinukeille. Pikku-Giorgio oli lumoutunut teatterin taianomaisesta ilmapiiristä, sen valoista, puvuista ja odottavasta jännityksestä esiripun noustessa. Myös **elokuva** oli nuorelle Giorgiolla tärkeä, jopa siinä määrin, että sanoi sen olleen hänen todellinen koulutuksensa. Opiskelu *Liceo scientifico*ssa ei kiinnostanut, kun taas Milano tarjosi elokuvaa, teatteria ja oopperaa yllin kyllin. Tämä lienee ollut hedelmällinen maaperä Armanin myöhemmälle uralle elokuvien puvustajana.

Giorgion lapsuutta sävytti fasismin ajan hallinto, tuolloin normaaliin tapaan perheenjäsenet toimivat mukana puolueen toiminnassa. Sitten alkoi sota ja sen jälkeen ”*dopoguerra*”. Giorgio kertoo kirjassaan läheltä piti -hetkestä, jolloin hän sodan jo päätyttyä joutui kadulla räjähdysten uhriksi ja päätyi sairaalaan.

Lukion jälkeen Armani kirjoittautui yliopistoon ja alkoi opiskella lääketiedettä. Se osoittautui kuitenkin liian työlääksi ja liian suurta keskittymistä vaativaksi alaksi ja kun armeijaan menoa ei voinut enää lykätä, hän päätti liittyä siihen ja suoritti asevelvollisuutensa mm. lääkintäjoukoissa.

Armani aloitti uransa *Rinascenza*-tavarataloketjussa, josta eteni muotisuunnittelijaksi Nino Cerrutille, perusti sitten oman studion Corso Veneziaalle Milanossa,

lanseerasi ensimmäisen miesten muodin kokoelmansa ja loppu onkin historiaa. Armanin tärkeimmät kollegat olivat **Sergio Galeotti** ja **Pantaleo dell'Orco**. Myös sisar **Rosanna** on toiminut yhtenä veljensä läheisimpänä työtoverina. On mielenkiintoista huomata, että Armani mittaa menestystään taloudellisilla luvuilla, vaikka on muotisuunnittelija. Armani ei siis olekaan vain luova nero, vaan myös *imprenditore*, yrittäjä ja liikemies. Hän vaikenee lähes tyystin henkilökohtaisesta elämästään ja näyttäytyy lukijoilleen vain työn kautta ja hänen sukulaisensa Armanin työntekijöinä.

Giorgio Armanin yksityisyyttä kuvaa ehkä parhaiten se, että hän on halunnut oman kodin niihin paikkoihin, joissa on tehnyt työtä tai lomaillut. Milanossa **Palazzo Orsinissa** Via Borgonuovolla sijaitsee kodin lisäksi myös hänen yhtiönsä *Giorgio Armani Spa*:n pääkonttori. Viikonloppukodiksi tarkoitettu **Casa di Broni** Oltrepò Pavessa (Pavia), **Casa di Pantelleria** (kesälomakoti samannimisellä saarella Sisiliasta lounaaseen), **Casa di Forte dei Marmi** (lomakoti, jossa vietettiin mm. pandemian alkuaikoja), **Casa di Antigua** Karibilla (toipilasaika 2009), Kattohuoneisto **New Yorkissa**, vuoristomaja **Sankt Moritzissa** (Engadina, Sveitsi), Asunnot Ranskassa: **Pariisi** ja **Saint-Tropez**. Näistä kodeista eri maailman kolkissa lienee syntynyt ajatus *Armani Casa* -linjasta. Edellämainituista juuri Milano on Giorgio Armanin elämän keskipiste, sillä hän pitää tärkeänä omien juurien vaalimista globaalissa maailmassa. Milanon Linaten lentokenttä on ollut inspiraationa myös *Emporio Armani* -tuotemerkin kotka-logossa, joka on viesti vapaudesta ja maailmankansalaisuudesta, lentokenttä on lähtöpiste ulkomaailmaan ja myös paluupiste seikkailujen jälkeen.



Armanin sanasto

Giorgio Armani aloittaa sanastonsa termillä *Comunicare*. Hän kommunikoi suuren yleisön kanssa muodin avulla, on tärkeää nähdä omia luomuksia kadulla ihmisten yllä. On välttämätöntä luoda keskusteluyhteys muotisuunnittelijan ja suuren yleisön välillä ja olla läsnä eri paikoissa mm. työmatkoilla (*Esservi*). Suuri yleisö ja asiakkaat saavutetaan tarinoilla, joita vaatteet kertovat, *Storytelling* on kommunikaation väline. Pandemian aikana Armani kirjoitti avoimen kirjeen, joka julkaistiin *Women's Wear Daily* -nimisessä muotialan ammattilehdessä. Siinä hän kertoi ajatuksistaan muodin nykytilasta ja siitä, miten käsillä oleva kriisi voi tarjota myös mahdollisuuksia muodin alalla. *Parlare chiaro* on yksi kommunikoinnin muoto, ikävistäkin asioista on voitava puhua suoraan.

Armanin muotisuunnittelu lähtee vartalosta (*Immaginare il corpo*). Vaatteiden on tarkoitus korostaa vartalon piirteitä liikkeessä. Tavoitteena on luonnollisuus ja vaatteiden mukavuus, joka korostaa vartaloa ja joka saavutetaan mm. kauniisti laskeutuvilla kangasvalinnoilla. Tyylille on ominaista tietynlainen androgyynisyys: *power suit di donna* ja *soft suit di uomo*. Armani haluaa esittää molemmat sukupuolet tasavertaisina ja tarjota asuillaan tukea mm. työssäkäyville naisille (*donna lavoratrice*). Armanin asuissa naisten ei tarvitse ”olla tyrkylä”, viettely on leikittelevää lähestymistä, ei sodanjulistus. *Giacca destrutturata* oli yksi ilmentymä Armanin hiljaisesta vallankumouksesta. Siinä perinteinen miesten puvuntakki muovattiin vähemmän muodolliseksi ja feminiinisemmäksi versioksi, joka ilmensi rentoa eleganssia.

Giorgio Armani haluaa olla ehdottoman uskollinen omalle tyylilleen ja visioilleen, hän kokee olevansa radikaali ulkopuolinen, joka ei mahdu mihinkään laatikkoon, hänen mukaansa valtavirran vastainen ajattelu on ehdoton edellytys menestykselle. *Eccentricità armaniana* on määrätietoista, mutta hillittyä (*Scoprisri eccentrico*).

Muotisuunnittelijan työ on Armanin intohimo ja sen tuoma nautinnollisuus ja adrenaliini on olennainen osa työtä (*Disegnare*).

Luonnos on paperille piirretty ajatus, joka sisältää usein elementtejä kaukaisista kulttuureista, etnisiä ja eksoottisia piirteitä (*Fantasticare*). Muotinäytöksissä Armani kokee uudelleen lapsuuden teatteriesitysten tunnelman. Mallit täydentävät lavalla liikkeessaan muotisuunnittelijan työn (*Sfilare*), kuten näyttelijät teatterissa käsikirjoittajan ja ohjaajan työn. Pandemian aikaan Armanin kevät/kesä 2021 muotinäytös televisioitiin. Tällä saavutettiin suurempi yleisö kuin perinteisellä muotinäytöksellä. Samalla Armani ylpeänä tarjosi kaikille mahdollisuuden päästä seuraamaan näytöstä eturivissä muuttaen näin muodin hierarkisessa maailmassa yleistä elitististä, jopa snobistista asennetta.

Kuuluisuus (*Avere fama*) on Armanin mukaan seurausta kovasta työstä. Kuuluisalla on velvollisuus pitää yllä luottamusta niihin, jotka ovat häneen uskoneet. On oltava esimerkkinä muille. Työlleen pitää antaa kasvot ja allekirjoitus (*Mettersi la faccia e la firma*). Kuuluisuus tuo mukanaan työtarjouksia. Armani tuli elokuvamaailman tietoisuuteen puvustettuaan Richard Geren elokuvassa *American gigolo*. Armani kokee tehtäväkseen näyttelijöiden tähteyden säilyttämisen luomuksillaan (*Incontrare le star*). Elokuva edustaa Armanille jatkuvaa inspiraation lähdettä, pakoa todellisuudesta, elokuvassa kaikki on mahdollista (*Sentire il cinema*). Elokuvatahtien, kuten Greta Garbon, Marlene Dietrichin ja Lauren Bacallin glamour on inspiroinut Armanin mielikuvitusta

ja innostaneet häntä siirtymään *haute couture* luomusten suunnitteluun (*Reinventare il glamour*).

Vuonna 2000 New Yorkin Guggenheim museossa järjestettiin Näyttely Armanin luomuksista. Muoti ei kuitenkaan ole Armanille taidetta, koska muotia kulutetaan nopeasti, se muuttuu taukoamatta ja sille on olemassa funktio, kun taas taide edustaa yhteiskunnan korkeimpia esteettisiä ja kulttuurisidonnaisia arvoja ja on tarkoitettu kestäväksi. Toisaalta Armani korostaa, että hänen tyylinsä on ajatonta, jolla ei ole parasta ennen -päivää. Vähemmän on parempaa, kestäväällä muodilla, kuten käytetyillä vaatteilla, pyritään välttämään tuhlausta (*Di meno, Responsabilità*). Tässä Armani edustaa muodin eettisyyttä ja kestävästä kehitystä: Gruppo Armanin tulevaisuuden perusparilareiksi Armani kaavailee planeetan, ihmisten ja yhteisön huomioimisen, sitten kun häntä ei enää ole (*Etica come estetica, Lucidità*).

Giorgio Armani on saanut lukuisia palkintoja työstään. Palkinnot osoittavat, että tehty työ ei ole jäänyt huomiotta. Aina voi kuitenkin parantaa, laakereilleen ei saa jäädä lepäämään. Levottomuus ajaa Armania eteenpäin. Armani kuvaa itseään käytännölliseksi keksijäksi, jolla on jalat maassa ja katse tulevaisuudessa (*Fare moda, Onorificenze, Dopo*). Armani on perustanut säätiön jatkamaan yhtiönsä toimintaa (*Armani dopo Armani*). Hän ei osaa lopettaa, ei edes tämän kirjan kirjoittamista.