

Gertrud Lehnert

COCO CHANEL  
ELSA SCHIAPARELLI

*Due donne e il loro sogno*



In copertina: Elsa Schiaparelli nel 1937 (ullstein bild – Atelier Dorvyne)  
Coco Chanel nel 1936 (© ullstein bild – Roger Violett / Boris Lipnitzki)

Traduzione dal tedesco di Silvia Verdiani

Titolo originale: *Coco Chanel und Elsa Schiaparelli – Zwei Frauen leben ihren Traum*

© ebersbach & simon, Berlin 2015

© 2017 Lindau s.r.l.  
via G. Savonarola 6 - 10128 Torino

Seconda edizione: febbraio 2025  
ISBN 979-12-5584-208-8

## Indice

7	Introduzione
13	Biografie e carriere
39	Tubini neri e abiti di alta sartoria
73	La moda e le arti
99	Conclusioni
105	Bibliografia

## Introduzione

Coco Chanel (1883-1971) ed Elsa Schiaparelli (1890-1973): due personalità eccentriche, due creatrici di moda fuori dal comune, due rivali nel mondo della moda degli anni '20 e '30 che non avrebbero potuto essere più diverse l'una dall'altra. Entrambe furono delle *self-made women* ed entrambe ebbero enorme successo. Ma i loro temperamenti e i loro profili professionali in realtà sono distanti l'uno dall'altro almeno quanto lo furono i modelli che crearono: una infatti introdusse uno stile moderno e minimale nella moda, mentre l'altra preferì abbandonarsi a esuberanti fantasie surreali. Entrambe erano anche l'incarnazione del tipo ideale di donna per la quale disegnavano i loro modelli. Entrambe erano delle eccentriche ma ognuna delle due in modo diverso. Entrambe riuscirono alla perfezione a commercializzare le loro creazioni.

Ancora oggi Coco Chanel è considerata la personificazione della donna moderna, mentre Schiaparelli, già molti anni prima di diventare un marchio storico, sembrò subito un'interessante fonte d'ispirazione per i designer di moda. Solo dopo che è stata allestita la grande mostra *Impossible Conversations* (2012) al Metropolitan Museum of Art di New York e più recentemente con la riscoperta del marchio, sta nuovamente riuscendo ad attirare l'attenzione del pubblico.

Dopo la recente inaugurazione della nuova Maison Schiaparelli, «Vogue» scrisse che l'entusiasmo di fronte all'originalità dei disegni della prima collezione (Autunno-Inverno 2014) mostrava chiaramente che «il mondo aveva sentito la mancanza della filosofia della moda di Elsa Schiaparelli per ben sei decenni».

Presentare queste due complesse personalità in una doppia biografia è una sfida particolarmente stimolante. Le differenze artistico-stilistiche nella vita e nel lavoro di entrambe emergono in questo modo altrettanto chiaramente delle analogie e differenze di «marketing». Tutt'e due le signore sono nate ancora nel XIX secolo, il loro percorso professionale va dunque inquadrato nello sfondo culturale del periodo che va dalla prima alla seconda guerra mondiale – anche se l'influenza di entrambe si è fatta sentire ben oltre questo periodo – come del resto anche la storia della moda e il ruolo della donna in questa vicenda.

Anche se le donne lavorano da tempo immemorabile nella produzione di abbigliamento e articoli di moda, sono sempre stati gli uomini a dominare questo settore. Verso la metà del XIX secolo, com'è noto, fu proprio Charles Frederick Worth ad avere la geniale idea di proporsi per la prima volta non solo come creatore di moda nel senso moderno del termine, ma addirittura come artista. Ci volle però ben più di un lustro prima che le creatrici di moda decidessero di seguire le sue orme: le donne in realtà avevano da sempre un ruolo decisivo nel business della moda, ma con lo status di «assistenti» più che di creative (nonostante molte di loro senza dubbio lo fossero).

Intorno al 1900 lo scenario cambiò. Le donne non erano più considerate solo delle assistenti che lavoravano nell'ombra, ma vennero allo scoperto come vere e proprie stiliste

di moda: Jeanne Paquin, le Callot Sœurs, Lucile, Jeanne Lanvin e altre ancora. Ma solo Coco Chanel fu in grado di presentarsi al pubblico con la stessa spettacolarità dei suoi colleghi uomini e in modo altrettanto consapevole. Dopo la seconda guerra mondiale nei confronti dei creatori di moda si riaccese il culto che si era già diffuso nel XIX secolo, ma questa fase fu relativamente breve. Da tempo ormai le creatrici di moda erano quasi altrettanto numerose, importanti e influenti dei designer uomini.

Influenti Schiaparelli e Chanel lo furono in massima misura e lo sono ancora oggi, anche se in modo diverso. Farle dialogare<sup>1</sup> l'una con l'altra consente di mostrare come le donne nel corso del XX secolo siano riuscite a conquistarsi delle nuove occasioni professionali, ma soprattutto delle occasioni di lavoro creativo e artistico. Oltre a ciò emergono con chiarezza le reciproche influenze presenti fra design e arte moderna da un lato e moda dall'altro. E in questo un ruolo di primo piano va attribuito alla tensione fra l'arte e il commercio, a che cosa serve infatti anche l'abito più bello se non viene veduto e indossato?

Entrambe le stiliste tessevano l'ordito del loro mito privato al punto che per i posteri non è quasi più possibile distinguere fra letteratura e verità. Ma il senso ultimo dei miti è proprio questo. Non servono semplicemente a presentare un'immagine al mondo, nella migliore delle ipotesi essi possono anche essere un modo creativo di autorappresentarsi; un metodo per attribuire coerenza e significato alla propria vita e fare in modo che alla fine forse in un certo senso essi

<sup>1</sup>Un dialogo *attuale*: il dialogo fra Schiaparelli e Miuccia Prada, che il Metropolitan Museum of Art ha proposto nel 2012, è riuscito ad andare ben oltre i confini del tempo.

si traducano in realtà, che uno sia riuscito a diventare quello che avrebbe voluto essere.

Elsa Schiaparelli e Coco Chanel esprimono tutto questo ognuna a modo suo. Schiaparelli apre la sua autobiografia *Shocking Life*, pubblicata nel 1954, con una prefazione che si apre con queste righe: «Conosco Schiap unicamente per sentito dire. L'ho vista solo in uno specchio. Lei, per me, è una specie di quinta dimensione... La sua vita segue chissà quale scopo ed è un perenne punto interrogativo... Ha i suoi anni, ma in realtà non è mai cresciuta»<sup>2</sup>. L'uso della terza persona non è che una strategia, tutta l'autobiografia passa continuamente dal «lei» all'«io». La sua persona e le sue prospettive vengono duplicate, potremmo dire, in un «io» privato e in uno pubblico. Si vuole forse suggerire che non conosca sé stessa? Si tratta semplicemente di un gioco? Seguono poi le rappresentazioni di sé costruite attraverso coppie di contrari che riprendono nuovamente la differenza fra «io» e «lei»: seria in modo imprevedibile e disarmante, improvvisamente disperata e subito dopo euforica; generosa e avara; affascinante e odiosa... L'autrice da un lato vuole farci credere di non conoscere sé stessa, dall'altro si caratterizza descrivendosi con estrema precisione. Già solo nel modo di presentarsi ci rivela così una quantità di cose su sé stessa. Fa un gioco altamente ironico con il genere dell'autobiografia – della «confessione» – alternandolo alla civetteria, che in fondo fa parte anch'essa del genere e che di certo non era estranea a Elsa Schiaparelli.

<sup>2</sup> Elsa Schiaparelli, *Shocking Life*, Donzelli Editore, Roma 2016, p. 3. Tutte le citazioni di Elsa Schiaparelli, se non diversamente indicato, sono tratte dalla sua autobiografia *Shocking Life*.

Coco Chanel non ha mai scritto un'autobiografia, ma nel corso della sua vita ha rilasciato molte interviste, nelle quali ha diffusamente parlato di sé stessa, della sua vita e del suo lavoro proponendo in queste occasioni ciò che lei definiva le sue «massime» (molto volubili). A partire dal 1959 rilasciò una serie di interviste (che si protrassero per dodici anni), al giornalista Marcel Haedrich, allora caporedattore di «Marie Claire», dalle quali è stato poi tratto un «primo piano» in formato libro. Impressionato dopo la prima lunga conversazione dalla triste infanzia e giovinezza della stilista, Haedrich, durante il secondo incontro, ringrazia con queste parole la sua interlocutrice: «Quello che mi ha confidato è incredibile, Coco». Dopo aver letto la trascrizione della loro conversazione lei (a quanto si dice) gli domandò stupita: «Ma chi diavolo le ha raccontato tutte queste sciocchezze, mio caro?»<sup>3</sup>. Coco Chanel voleva tessere da sola l'ordito della sua leggenda, che aveva la particolarità di essere ogni volta diversa. Non amava impegnarsi in modo definitivo. Il primo capitolo del libro di Haedrich non a caso si intitola: «Coco inventa la sua infanzia». Anche Axel Madsen inizia la sua biografia con le parole: «S'immaginava delle storie»<sup>4</sup>.

Vere o inventate? Non è poi molto importante. Interessante è invece *come* queste storie venissero proposte e che cosa questo era in grado di dirci sulla loro autrice. Nel caso di Elsa Schiaparelli e Coco Chanel è particolarmente interessante ciò che il loro modo di descriversi è in grado di dirci direttamente o indirettamente sul rapporto che avevano con

<sup>3</sup> Marcel Haedrich, *Coco Chanel. Eine Nahaufnahme*, Ullstein, Berlin 1989, pp. 14-15.

<sup>4</sup> Axel Madsen, *Chanel. Die Geschichte einer einzigartigen Frau*, Lübbe, Bergisch Gladbach 1995, p. 11 (ed. it.: *Chanel. Una vita e un'epoca*, De Agostini, Novara 1990).



la moda. Le analogie che emergono sono molto suggestive. Salta all'occhio che nel caso di Coco Chanel agli escamotage autobiografici manca quell'elemento giocoso che è invece presente nel modo di descriversi di Elsa Schiaparelli. Non si tratta solo di una caratteristica tipica del rapporto che le due antagoniste avevano nei confronti della storia della loro vita, lo è ancor di più delle collezioni di moda che disegnarono e realizzarono. Infatti incarnano due mondi diversi non solo sul piano personale ma anche su quello stilistico.

Nella prima parte del libro presentiamo una visione d'insieme della vita, del lavoro, dell'immagine di sé e delle rispettive strategie di successo delle due stiliste. Vengono poi selezionati e messi in luce dettagliatamente alcuni aspetti centrali delle loro storie: nella seconda parte vengono approfonditi i diversi stili e modi di lavorare delle due stiliste e nella terza si cerca di mettere in luce quale sia il rapporto fra moda e arte e quindi se l'immagine che Elsa Schiaparelli e Coco Chanel avevano di sé stesse corrispondesse a quella di artiste o artigiane.

Un'osservazione conclusiva riguardo alla terminologia<sup>5</sup>: quello di «moda» è un concetto molto complesso, per semplicità viene qui impiegato nel senso di «vestiti di moda» e di «abbigliamento di moda». Dire che «qualcosa è di moda» significa che quel «qualcosa è riuscito a imporsi come moda». Lo stile invece è una combinazione riconoscibile di certe qualità dell'abbigliamento e degli accessori, lo stile può tuttavia essere anche il modo in cui una donna porta i suoi abiti e si sente a proprio agio in essi creando un'immagine d'insieme.

<sup>5</sup> Alla terminologia specifica faccio cenno nel mio libro: Gertrud Lehnert, *Mode. Theorie, Geschichte und Ästhetik einer kulturellen Praxis*, Bielefeld, transcript 2013.

## Biografie e carriere

Elsa Schiaparelli entrò in scena nel mondo della moda nel 1927, quando Coco Chanel era ormai considerata una stella. Chanel aveva aperto il suo primo negozio di modista – per cappelli e accessori – a Deauville nel 1913. Dopo la seconda guerra mondiale chiuse la sua attività e si trasferì in Svizzera. La Maison Schiaparelli venne chiusa invece nel 1954. Nello stesso anno Chanel celebrava la sua *rentrée* per protesta contro il New Look di Dior. Alla direzione della Maison Chanel dopo la morte della stilista, avvenuta nel 1971, si alternarono diversi designer, finché nel 1982 passò a Karl Lagerfeld. Il marchio Schiaparelli venne acquisito e ristrutturato nel 2006 da Diego Della Valle, imprenditore e direttore del gruppo Tod's<sup>1</sup>; nel 2012 la Maison Schiaparelli è stata nuovamente riaperta.

<sup>1</sup> <http://www.welt.de/icon/article124427372/Alswaere-Elsa-Schiaparelli-zurueck.html> («Die Welt» online del 31-1-2014); il direttore creativo Marco Zanini, che nel 2014 organizzò la sfilata della prima collezione di *haute couture* di Schiaparelli, ha dichiarato: «Schiaparelli ha ispirato intere generazioni di creativi e non solo del settore della moda». Nel 2013 Christian Lacroix aveva già realizzato una collezione in omaggio alla stilista che tuttavia non fu messa in vendita. Vedi il sito: [http://www.Schiaparelli.com/en/Maison\\_Schiaparelli\\_dates\\_clefs/1927](http://www.Schiaparelli.com/en/Maison_Schiaparelli_dates_clefs/1927) (u.a. 8-6-2017).

Una proviene da una famiglia di intellettuali romani, a sedici anni pubblicò una raccolta di poesie e si sposò presto contro il volere della famiglia con un teosofo povero in canna e allergico al lavoro con il quale se ne andò negli Stati Uniti. Il matrimonio non fu felice e si concluse dopo la nascita dell'unica figlia. Elsa Schiaparelli – senza una formazione, senza lavoro, senza sostegno finanziario – dovette cavarsela da sola. L'altra crebbe in un orfanotrofio o convento (sempre che si dia credito a questa versione della sua storia), apprese per necessità il lavoro femminile *par excellence*, il cucito, tentò pure la fortuna come cantante negli ambienti equivoci e alla fine riuscì a trovare un mecenate benestante che la aiutò a mettere su il suo primo negozio di cappelli.

Gabrielle Chanel nacque nel 1883 come figlia illegittima di genitori poveri nella provincia francese. La madre morì presto, il padre tirava avanti facendo il venditore ambulante. I figli li aveva affidati all'assistenza sociale; Gabrielle Chanel e la sorella crebbero in un convento. Come a tutte le giovani donne di quei tempi venne loro insegnato a occuparsi dei tipici lavori domestici. Poi la giovane Gabrielle si mise a lavorare in un negozio che preparava corredi da sposa, nella città di Moulins allora sede di guarnigione, e di tanto in tanto cercava anche di esibirsi come cantante nei caffè-concerto, cosa che le consentì di ampliare la cerchia delle sue conoscenze maschili. I sogni di gloria a quei tempi seguivano ancora la via più tradizionale: cantanti e ballerine riuscivano a diventare ricche e famose solo con l'aiuto di uomini facoltosi, per le giovani donne prive di mezzi non vi erano altre possibilità. È interessante che abbia mantenuto il nomignolo Coco che le era stato affibbiato per una canzone che cantava a quei tempi. Anche in seguito deve averle sempre ricordato una fase della sua vita

trascorsa in quel *demi-monde* al quale avrebbe poi fatto di tutto per sfuggire.

Per Coco Chanel l'ascesa verso il successo e la ricchezza fu tutt'altro che immediata. A 22 anni aveva appena conosciuto l'ufficiale di fanteria Étienne de Balsan che andò subito a vivere da lui nella sua tenuta. Balsan aveva una fidanzata ufficiale, che era la sua preferita, ma a quanto ne sappiamo riuscirono comunque a mettersi d'accordo. Grazie a lui Chanel ebbe accesso alle classi sociali di più alto lignaggio, dove in seguito avrebbe trovato le sue prime clienti. Imparò ad andare a cavallo e affinò il suo gusto per i vestiti, indossando abiti maschili e vestendosi in modo sempre più semplice, meno agghindato delle altre signore. Questa sua personale predilezione corrispondeva perfettamente a una tendenza estetica che era andata lentamente cristallizzandosi in quegli anni, e che aveva la caratteristica di prendere le distanze dall'esibizionistica ostentazione di sontuosità che era invece tipica dell'epoca a cavallo tra i due secoli. Anche senza cedere alla tentazione di dare una lettura in chiave psicologica dell'evento, si potrebbe interpretare questo suo prediligere la semplicità come una raffinata strategia per sottolineare la propria unicità: lei era diversa dagli altri, perché avrebbe dovuto mettersi in competizione con loro nel loro ambiente, quando la cosa non prometteva alcuna possibilità di successo? Era meglio puntare sulla propria diversità... oltretutto i modelli più sfarzosi, diffusi tra un secolo all'altro, erano tipici delle mantenute, e invece era proprio da quel tipo di immagine che Coco Chanel cercava di prendere le distanze.

Chanel iniziò a produrre cappelli per signora. Vale a dire che comprava semplici cappelli di paglia e li decorava con una certa sobrietà. Il risultato era a quanto pare unico e molto diverso dai cappelli ampi e ricchi di decorazioni che

andavano ancora di moda a quei tempi. Strano a dirsi, ma così facendo ebbe subito successo, iniziò a farsi un nome nel mercato della moda e nel 1908 con l'aiuto di Balsan aprì il suo primo negozio a Parigi. Nel frattempo aveva iniziato una *liaison* con il suo primo grande amore, Boy Capel, che la sostenne negli anni, ma che sposò un'altra donna, più vicina al proprio rango, pur senza interrompere la relazione con Chanel. Un anno dopo il matrimonio, alla fine del 1919, morì in un incidente d'auto. Coco Chanel ne fu profondamente scossa.

Chanel doveva avere veramente un dono per il commercio, e infatti si è sempre considerata una donna d'affari più che un'artista. Aveva capito sin dall'inizio che era il prezzo elevato a rendere le cose esclusive e desiderabili. In base a questa logica stabilì anche i prezzi dei suoi modelli più richiesti, fra i quali ben presto vi furono anche gli abiti. La leggenda vuole – e forse corrisponde alla verità – che donne più o meno note le avessero chiesto per chi creasse le sue collezioni e lei propose alle interessate di realizzare anche per loro modelli simili. Nel 1913, dopo l'inaugurazione del suo negozio di Deauville, località balneare alla moda, per far conoscere le sue creazioni fece passeggiare per la città sua sorella Antoinette e la zia coetanea Adrienne con addosso i suoi vestiti. Di solito organizzava dei *défilé* nei negozi, con delle indossatrici, ai quali invitava le clienti; erano invece rari gli eventi pubblici di maggiori dimensioni, ma a quei tempi non si organizzavano ancora sfilate di moda aperte al pubblico e non esistevano le mannequin professioniste. La strada per farsi conoscere era ancora di solito quella di far indossare le creazioni da personalità famose come le attrici, ma in caso di necessità potevano andar bene anche parenti o amiche.

Il conto in banca di Coco Chanel s'impennò. Il luogo era stato scelto bene: in villeggiatura più che in città le signore amavano indossare abiti leggeri, semplici e comodi: lo stile informale di Chanel fatto di gonne dritte, camicie da marinaio e giacche con la cintura non ebbe difficoltà ad imporsi. Nel 1916 aprì il suo secondo negozio a Biarritz. A quel punto aveva già sessanta dipendenti – e non si fece attendere la prima menzione elogiativa nella rivista di moda «Harper's Bazaar». Nello stesso anno comprò dalla ditta Rodier un fondo di magazzino di jersey beige, un materiale che fino a quel momento era impiegato solo per confezionare biancheria da uomo. Chanel ebbe il coraggio di impiegarlo per abiti da signora e tailleur, e fece la stessa cosa con la flanella, un'altra stoffa che normalmente veniva associata all'abbigliamento maschile.

Il mito Chanel è proprio questo: la radicale riconversione dei materiali usati per la biancheria per creare abiti da giorno, vale a dire la tendenza a mettere in evidenza ciò che fino ad allora non era visibile e il riferimento formale all'abbigliamento maschile. Anne Hollander in *Sex and Suits: The Evolution of Modern Dress* scrive che la moda femminile nel XX secolo è diventata moderna solo dopo aver assorbito i principi base dell'abbigliamento maschile. Mentre quest'ultimo, a partire dal XVIII secolo, si è evoluto nella direzione del design funzionale, la moda per signora – ancora ben lontana dal farsi influenzare dalla funzionalità e dai principi del design – è stata sempre caratterizzata da uno sfarzo decorativo di superficie. In effetti, dalla fine del XVIII secolo parlare di moda equivale a parlare di moda femminile; l'abbigliamento maschile non viene proprio considerato come tale. Nel suo *The Theory of the Leisure Class* del 1899, il sociologo americano Thorstein Veblen spiegava che la moda



*Un completo disegnato da Chanel intorno al 1920  
(Interfoto / Granger, NYC)*