



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea magistrale
(ordinamento ex D.M. 270/2004)
**in Lingue e istituzioni economiche e
giuridiche dell'Asia
e dell'Africa mediterranea**

—

Ca' Foscari
Dorsoduro 3246
30123 Venezia

Tesi di Laurea

**Arte, tecniche e mercato della sartoria
d'alta moda con un repertorio
terminografico italiano-cinese**

Relatore

Ch. Prof. Franco Gatti

Correlatore

Ch. Prof.ssa Magda Abbiati

Laureando

Stephanie Luzon

Matricola 846028

Anno Accademico

2015 / 2016

*Non esiste amore al mondo come quello di una madre.
È sincero, altruista, indipendente.
A te, da sempre e per sempre.*

Indice

前言	7
Prefazione	11
PARTE PRIMA La sartoria: arti, tecniche e mercato	15
1. Realizzare un abito: cosa influisce nel processo di creazione?	16
2. Lo studio del corpo umano durante la fase creativa	19
2.1 Disegno e illustrazione	19
2.2 L'utilizzo del computer	25
3. Colori e tessuti	29
3.1 Definire i colori	29
3.2 Creare una palette di colori	31
3.3 Tipi di fibra	32
3.4 I tessuti	33
3.5 Il finissaggio e la nobilitazione del tessuto	38
3.6 Lo sviluppo dei tessuti moderni	40
3.7 Costruire la linea	40
3.8 I fornitori di tessuti	41
3.9 Le fiere campionarie dei tessuti	42
4. Elaborazione in studio	44
4.1 Misure e mappature	45
4.2 Gli elementi del design	46
4.2.1 La silhouette	47
4.2.2 La linea	48
4.2.3 La proporzione	48
4.2.4 La texture	49
4.3 I principi del fashion design	49
4.3.1 La ripetizione	50
4.3.2 L'irraggiamento	50
4.3.3 Il contrasto	50
4.3.4 L'armonia	51
4.3.5 L'equilibrio	51

4.3.6	Sensazione corporea	51
4.4	Il disegno dei modelli e il loro sviluppo	52
4.4.1	Il cartamodello	52
4.4.2	Il drappaggio	54
4.5	Tagliare il campione	57
4.6	Cucire	58
4.7	La sartoria	58
4.8	Merceria e passamaneria	60
4.9	Fitting e presentazione dei capi	61
5.	Dalla produzione al mercato	62
5.1	Background storico	62
5.2	La produzione oggi	63
5.3	Segmentazione dell'industria	63
5.4	Le tipologie di produttori	64
5.5	Produzione estera e supply chain	66
5.6	L'e-commerce	68
5.7	La segmentazione del mercato	69
5.8	Le tipologie di rivenditori	70
5.9	Lo shopping online	72
5.10	L'indice dei prezzi al dettaglio	74
5.11	L'identità aziendale, il branding e il copyright	77
6.	Il modello di produzione italiano: dalla confezione all'industrializzazione della creatività	79
6.1	La trasformazione del sistema industriale all'inizio degli anni settanta	79
6.1.1	La de-integrazione della grande impresa e il decentramento	79
6.1.2	L'esplosione del "pronto moda" e del terzismo	80
6.1.3	I distretti industriali	81
6.1.4	L'affermazione degli stilisti e la rivitalizzazione della domanda	82
6.1.5	Albini e la sua esperienza pionieristica	82
6.1.6	La crisi dell'alta moda	83
6.1.7	Lo sviluppo del prêt-à-porter e delle collezioni diffusion	83
6.2	Il rafforzamento del sistema moda	85
6.2.1	La filiera tessile	85
6.2.2	Sviluppo e diffusione del sistema della subfornitura	85

6.2.3	La specializzazione della distribuzione	86
6.2.4	Il ruolo degli altri settori della moda	87
6.2.5	Il successo internazionale del prodotto italiano	88
6.3	Sintesi	88
6.4	L'evoluzione recente del sistema italiano	89
7.	Il modello di produzione asiatico	93
8.	Il mercato del lusso cinese	97
PARTE SECONDA Schede terminografiche e commento linguistico		100
9.	Schede terminografiche	101
10.	Schede bibliografiche	276
	Tabella di rapida consultazione Italiano – Cinese	286
	Tabella di rapida consultazione Cinese – Italiano	289
11.	Commento linguistico	292
	11.1 Sovrapposizioni di classi grammaticali	292
	11.2 Morfologia	292
	11.3 Parole polimorfemiche polisillabiche	293
	11.4 Parole composte	293
	11.5 Prestiti e calchi	294
	11.6 Polisemie e sinonimie	295
	11.7 I termini 款式, 形 e 式	296
Bibliografia		300
Sitografia		302
Fonti delle figure		304

前言

本论文旨在全面介绍传统缝纫工作、产品创作中的特色缝纫艺术、设计师与服装贸易商如何对主体美学标准进行诠释与调整，并于诠释与调整的过程中将新创意应用于人体设计，来以此使其产品成为市场上消费者所渴求的商品。对于从设计构思到成品制成的技术生产过程本论文将给予特殊重视，研究基本点则落于对服饰设计及线条、比例、材质与面料等元素的探索与分析。

本论文的第一部分将分析设计师在创作一件服装产品的过程中所遵循的原则与其创作的出发点，其中将强调服装设计所针对的目标市场的历史背景的重要性，以及当今的生产结构与工业分工。

文中的这一部分将全面展现服装生产者面貌，以及近年来随着互联网应用的普及而在市场中出现的变化，并讨论由于创作过程中设计师的创作途径需要根据其所采用与消耗的经济、技术与人力资源的变化而变化，互联网信息如何构成了进行服装制作的设计师在服装的设计创作中的基本要素。

确定创作途径之后，设计师在创作过程中的下一步骤为人体研究。人体研究在设计师的服装创作中被视为草图绘制及样式创作的出发点。对于样式的创作，由于一般来说潜在客户在选购服装时色彩与面料是他们首先做出回应的两大元素，本论文中将强调色彩及面料的重要性。在这一部分，我们将探索市场中经常出现的面料的主要品种，并对每种面料背后的制作工艺和当今市场中新兴的面料品种及这些面料的诞生过程加以简要介绍。由面料出发，文中将对“款式”的创作进行解释：

“款式”，指的是对特定面料种类的组合制定的基本原则，而设计师将依据这一原则来创作服装的系列。正出于这些基本原则与制作服装系列的目的，一件服装的式样与其所使用的面料的式样应发挥相辅相成的作用，同时设计师应将人体的节奏、比例与人体结构知识牢记在心，并实践于一套服装搭配上，或同一系列的所有样式上，而并非仅仅一件服装上。在这一部分

之后，文中将介绍当今市场上的主要面料供应商及面料样品展销背后所隐藏的市场机制。

随后文中将介绍传统的设计室、缝纫工作室的结构与构成，并探索工作室中技术生产过程中包含的所有环节，即人体尺寸测量、式样研究设计及时尚原则的应用，包括廓形分析、线条分析和比例分析。

在这一部分，文中将展示式样绘制技法和纸样制作技法，以及布料上的绘制、抽褶、样品裁剪工序和最终的缝纫过程。随后文中将解释如何试衣及如何展示服装成品。

至此，在本论文的第二部分，我们将比较市场需求的服装款式与设计师的创作风格之间的差异，及传统的销售方式与信息时代的新型销售方式之间的差异；而后通过这一对比将目光锁定于服装行业的目标市场研究与意大利高级时装群体进驻中国市场的过程分析。

在这一部分，我们将首先简要分析对促使了现代市场条件在现代生产机制方面有所发展的历史背景。当今，在市场的最底层，现代技术使得人们能够在九十分钟内完成布料裁剪、缝合并制成服装的整个过程，而相反，如若需要采用传统的缝纫技术来完成完全相同的工作，则需要三天的时间。因此，当今的商店不再愿意投资以库存大量服装商品，而是更倾向于与能够短时间内快速提供新货品的生产商合作，而且这样的经销协议条款的风险也更小。

随后论文中将讨论纺织行业内的生产商。此行业生产商基本可以分为三大类：工业生产商、生产批发商和生产承包商。文中此处将重点关注自 90 年代起开始流行的离岸生产现象与迅猛发展的电子商务。电子商务即通过网络所实现的线上贸易活动，能够通过电子方式进行过去的纸质 B2B 商务工作，并可以快速高效地获得更多订单。

文中还将介绍不同的零售商种类，从品牌与生产商的角度来研究贸易所在的不同市场区域中人们采用的不同销售途径。我将通过对世界上最大的两家网上服装销售平台 Asos 和 Net-

à-Porter 的研究来探讨电子商务的发展与推广。本论文将着重研究 Net-à-Porter，因为这一销售平台主要针对高级客户领域销售奢侈品，更加能够代表近年来市场中正在发生的变化。网上购物使消费者得以接触大量不为人所熟知的品牌，而这正是时尚产业国际化的基本立足点之一：一方面使远方的消费者得以触及极其昂贵的奢侈品牌商品，而同时，在另一方面，能够为正在成长的新兴设计师提供理想的设计展示窗口来推广他们的新设计，并拉近与潜在消费者之间的距离。

在随后的第二部分，我将为这一领域所涉及的意大利语中文的词汇制作词汇目录总表。据的里雅斯特现代语言高等学校 (Scuola Superiore di Lingue Moderne per Interpreti e Traduttori di Trieste) 据标准通用标记语言 SGML 建立的术语数据库 TERMit 图表，我填写了 172 张术语卡，含 86 张意大利语术语卡，86 张中文术语卡，内容包括服装款式、面料、线条及缝纫裁剪。术语卡及词汇目录的制作目的在于为有意于该领域进行翻译工作的人士提供词汇翻译的标准化参考系统。

术语卡经由专业人士核定，包含词汇的客观含义及其使用环境等信息，并对词汇的明确用法与含义加以解释。此外，这些术语卡还包括了有可能出现的近义词现象的相关信息；通过这些术语卡，我们将能够区分论文研究中出现的同义词的语义、用法和使用频率的差别。

随后为文献目录，包括术语卡填写过程中所参考的文献资料的来源，尤其是“来源”组与“词法”组的参考信息来源。在来源组中，参考信息来源非常广泛，我大量使用了中文与意大利语的技术手册、行业杂志与网上专业杂志来对词汇进行搜集。在词法组中，我则参考了大量专业词典与非专业词典来验证词汇含义。

在填写术语卡的词汇选择过程中，由于缝纫行业是一个非常广的专业词汇领域，我将这一领域分为了服装款式、面料、线条与裁剪种类这五大主题术语组，并分别研究。此外，术语卡后将附上两张关于所研究的词汇的词汇表，以便读者进行快速查阅。第一个词汇表为意大利语词汇表，按字母顺

序排列，每个词汇后注有对应的中文翻译及拼音（即中文标音）；第二个术语表则相反，为中文词汇表，按汉语拼音顺序排列，每个词汇后注有相应的意大利语翻译。为方便理解词汇、解释翻译方法，在最后，我对词汇表中所收录的词汇进行了语言学评论，并对词汇表中的外来词、借译与词汇等级重合等方面进行了研究。

术语卡之后我进行了最终阐述。最终阐述与术语卡一同为缝纫行业中意大利语与中文的相关术语词汇的使用提供了例证。

缝纫一般来说并不常被视为与时尚相同的艺术形式，而被认为是一种展现个人品味的能力，而且其展示方式并不严肃。我选择这一主题来进行讨论的原因在于，我希望通过对这一领域的分析，使人们得以了解这被误认为是仅仅建立在外表上的行业，并使人们明白，在事实上，这一领域也需要大量的工作与人力来创作、发展。缝纫与时尚使人的天赋、风格与特殊灵感得以物化、成为现实，并使设计师通过不断推出新型作品来连接过去、现在与未来。在时尚领域，有能力持续对已有设计进行再创造是重中之重，而高级时装背后的技术生产过程所发生的地方，设计室，则与缝纫技术一同反映着每个人日常生活中的穿着。综上所述，我认为这一领域非常具有研究价值。

Prefazione

All'interno di questo elaborato verrà presentata una panoramica sul lavoro sartoriale, sugli aspetti artistici che lo contraddistinguono nella creazione del prodotto e su come stilisti e merchandiser interpretino e modifichino i canoni estetici dominanti, applicando i risultati creativi di questo processo al corpo umano per poi collocarli in maniera appetibile sul mercato. Particolare attenzione verrà posta sul processo tecnico, dalla creazione al prodotto finito. Un punto fondamentale dell'elaborato sarà l'attenzione dedicata al design degli abiti e ad elementi come le linee, le proporzioni, texture e tessuti.

Nella prima parte si analizzeranno quali sono i principi da cui lo stilista parte nella creazione di un capo di abbigliamento, sottolineando l'importanza del background storico del mercato a cui vogliamo puntare, le strutture produttive attuali e la segmentazione dell'industria.

Verrà presentata una panoramica generale sui produttori di abiti e sui cambiamenti avvenuti negli ultimi anni con l'avvento di Internet, e come questo tipo di informazioni siano fondamentali per lo stilista che deve approcciarsi alla creazione di un abito in quanto, in base alle risorse economiche, tecnologiche e umane di cui sarà dotato cambierà nettamente l'approccio alla fase creativa.

Il passo successivo per lo stilista è l'analisi del corpo umano, che funge da punto di partenza per lo sviluppo dei bozzetti e quindi per la creazione del modello. Verrà messa in evidenza l'importanza dei colori e dei tessuti, dato che generalmente sono il primo elemento a cui un potenziale cliente reagisce e ne verrà spiegato il processo di selezione. Si fornirà una panoramica delle principali tipologie di tessuto presenti sul mercato, una breve spiegazione del processo di costruzione che sta dietro al tessuto e un'introduzione sulle nuove tipologie di tessuti che stanno emergendo nel panorama attuale e sui processi che portano alla nascita di questi. A questo punto verrà spiegato come si crea la "linea", cioè i principi che stanno dietro alla combinazione di determinate tipologie di tessuti allo scopo di costruire una collezione. Infatti, il modello di un capo e di un tessuto devono funzionare in modo complementare, e i principi generali di ritmo, proporzione e conoscenza del corpo umano devono essere tenuti a mente e applicati al look complessivo e all'intera collezione, non solo ad un capo. A questo punto presenteremo chi sono i principali fornitori di tessuti e il sistema di mercato che si cela dietro alle fiere campionarie di tessuti.

In seguito spiegheremo com'è tradizionalmente composto lo studio di uno stilista, il laboratorio sartoriale e tutte le fasi del processo tecnico che si svolgono al suo interno quali la misurazione, lo studio e applicazione dei principi del fashion design quali l'analisi della silhouette, della linea e della proporzione.

Vi sarà l'esposizione delle tecniche di disegno dei modelli e dei cartamodelli, della procedura del disegno su tela e del drappaggio, del taglio dei campioni e il processo finale di cucitura. Si spiegherà poi come avviene il fitting e la presentazione dei capi.

A questo punto si indagherà sulle differenze tra mercati e stili produttivi, tra i metodi tradizionali e gli attuali procedimenti informatici, per poi sviluppare in seguito una parte incentrata sui mercati target e sui processi di introduzione nel mercato cinese da parte dei gruppi dell'alta moda italiana.

Inizialmente vi sarà una breve analisi del background storico che ha portato allo sviluppo delle condizioni di mercato attuali, rapportato al sistema di produzione moderno. Attualmente infatti, nella fascia più bassa del mercato, le tecnologie moderne permettono di tagliare, montare e cucire un abito in circa novanta minuti, in opposizione ai tre giorni necessari per le stesse operazioni se effettuate con tecniche sartoriali. I negozi quindi, sono meno disposti a investire in grandi stock e preferiscono produttori in grado di fornir loro le merci in modo veloce e con clausole di concessione meno rischiose.

Verranno qui presentate le tipologie di produttori all'interno del settore tessile, divisibili fondamentalmente in tre grandi categorie: produttori industriali, grossisti e appaltatori. A questo punto si porrà l'attenzione sul fenomeno della produzione off-shore divenuto popolare a partire dagli anni '90 e sullo sviluppo dell'e-commerce, inteso come commercio su siti web unito a tutta la serie di operazioni che in passato erano svolte in forma cartacea B2B e che ora sono passate in formato elettronico, portando a un'evasione degli ordini più efficiente e rapida.

Saranno rappresentate le tipologie di rivenditori così da mettere in risalto i diversi tipi di approccio alla vendita da parte dei marchi e dei produttori in base al segmento di mercato a cui si rivolgono. A questo punto vi sarà una sezione speciale dedicata allo sviluppo di siti di e-commerce e alla loro diffusione, con la presentazione di Asos e Net-à-Porter, due tra i più grandi siti dedicati alla vendita di abbigliamento online al mondo. In particolare, Net-à-Porter ha una clientela di fascia alta e vende prodotti di lusso, e questo mette in luce in maniera evidente i cambiamenti che stanno avvenendo nel

mercato negli ultimi anni. Lo shopping online ha permesso al consumatore di entrare in contatto con marchi meno conosciuti ed è stato fondamentale nella globalizzazione della moda. Articoli di lusso estremamente costosi spesso diventano più accessibili a consumatori lontani e fornisce una vetrina ideale per gli stilisti emergenti che riescono così ad esibire le proprie creazioni e ad avvicinarsi a potenziali clienti.

Infine verranno presentate le peculiarità delle imprese operanti nel settore tessile e in quello dell'abbigliamento riferendosi in particolare al modello italiano e quello asiatico.

La seconda parte è dedicata al repertorio terminografico italiano e cinese. Seguendo lo schema della banca dati terminologica TERMit, basata sullo Standard Generalised Markup Language (SGML), della Scuola Superiore di Lingue Moderne per Interpreti e Traduttori di Trieste, sono state compilate 172 schede terminografiche, 86 in italiano e 86 in cinese, relative a capi di abbigliamento, tessuti, linee e tagli sartoriali, per permettere a chi intende intraprendere un lavoro di traduzione in questo campo, di disporre di un sistema di riferimento standardizzato della terminologia tecnica.

Le schede terminografiche conterranno informazioni quali definizioni dei termini in oggetto e contesti d'uso, che verranno avvalte da fonti specialistiche, così da rendere evidente l'uso del termine e il suo significato. Inoltre queste schede includeranno informazioni relative ad eventuali casi di sinonimia, così da evidenziare particolari differenze semantiche o funzionali e la frequenza di utilizzo dei termini presi in esame.

Verranno poi presentate le schede bibliografiche, che conterranno indicazioni relative alle fonti consultate ai fini della compilazione delle schede terminografiche, in particolare in riferimento ai campi "Source" e "Lexica". Nel primo caso si è fatto ampio uso di manuali tecnici, riviste del settore e riviste online specializzate, sia in lingua italiana che in lingua cinese. Nel secondo caso, si è fatto uso di dizionari specialistici e non, in cui si è potuta verificare l'attestazione del termine.

Essendo il campo della sartoria piuttosto vasto, nella selezione dei termini da esaminare nelle schede terminografiche, si è scelto di ridurre il campo concentrandosi su capi di abbigliamento, tessuti, linee e tipi di taglio, suddividendoli in vari gruppi tematici. Inoltre, di seguito verranno forniti due tabelle con l'insieme dei termini analizzati, così da renderli fruibili per una rapida consultazione. Nella prima sarà presente un elenco alfabetico dei termini italiani, affiancati dal carattere cinese e dal pinyin, ovvero la trascrizione fonetica della lingua cinese; nella seconda invece, verrà

fornito l'opposto, utilizzando il pinyin come partenza e affiancando il carattere corrispondente e la traduzione del termine in italiano. Per facilitare la comprensione dei termini e per spiegare le modalità di traduzione, ho preparato un commento linguistico finale, contenente un'analisi sulla morfologia, sui prestiti e i calchi linguistici e sulle sovrapposizioni di classi presenti nel repertorio terminografico.

La spiegazione finale, unita alle schede, permetterà di avere un quadro abbastanza esemplificativo dell'utilizzo della terminologia sartoriale in lingua italiana e cinese.

La sartoria e la moda in generale, spesso non vengono considerate come una reale forma d'arte, ma piuttosto come la capacità di esprimere in modo frivolo il proprio gusto personale. Ho scelto questo argomento per poter dimostrare quanto, quello che da molti viene considerato un settore basato solo sull'apparenza, richieda in realtà grandi quantità di lavoro e di manualità. La sartoria e la moda rendono possibile l'espressione di talento, stile e accorgimenti particolari, e sono in grado di coniugare passato, presente e futuro esprimendo sempre qualcosa di nuovo. Nella moda, potersi reinventare continuamente è fondamentale. Lo studio che vi è dietro la produzione tecnica di un capo d'alta moda prodotto con tecniche sartoriali, si riflette poi nell'abbigliamento indossato da qualunque persona nella vita quotidiana, e ho quindi ritenuto che meritasse di essere analizzato.

PRIMA PARTE

La sartoria: arti, tecniche e mercato

1. Realizzare un abito: cosa influisce nel processo di creazione?

Nel processo di creazione di un abito, vi sono due punti fondamentali da cui partire: l'intuito e la conoscenza delle condizioni socioeconomiche e del mercato nel quale si vuole lavorare.

Sia il mercato che le condizioni socioeconomiche vivono in uno stato di perenne oscillazione, portando al continuo cambiamento del contesto e delle motivazioni che spingono all'acquisto di un abito. Ricerche specifiche unite alla capacità di leggere i segni del cambiamento sono il punto di partenza per ogni forma di creazione e di impresa economica. I fattori da considerare inizialmente durante il processo creativo possono essere divisi in:

- contesto storico: nella creazione di abiti ci si ispira spesso al passato e lo stilista deve essere in grado di alludere in modo elusivo a una determinata epoca storica e rimescolare le idee in modo nuovo;
- gli usi dell'abbigliamento: con questa espressione si fa particolare riferimento a una serie di funzioni pratiche dell'abito, le più importanti sono la sua utilità, il pudore, l'audacia intesa come attrattiva sessuale, la funzione ornamentale, la distinzione simbolica, l'appartenenza sociale, l'autovalorizzazione psicologica e la modernità.

Oltre a questi fattori vi sono anche una serie di criteri pratici che influenzano in modo decisivo l'impulso che spinge ad acquistare il prodotto finito e che quindi bisogna tenere in considerazione:

- prezzo: per la maggior parte dei consumatori, il prezzo è il criterio più importante al momento dell'acquisto;
- qualità;
- vestibilità;
- comfort;
- pertinenza: moda e abbigliamento devono essere adeguati allo stile di vita e alle occasioni legate al lavoro e al tempo libero. Il rivenditore ha il compito di leggere le condizioni socio-economiche del luogo in cui si trova e fornire i prodotti adeguati;

- marchio: i marchi generalmente lavorano sulla costruzione della propria fama e su un seguito di clienti fidelizzati nel corso di svariati anni soddisfacendo le loro aspettative e dando sfoggio di qualità distintive che i consumatori sperano di fare proprie insieme al prodotto;
- convenienza e qualità del servizio: parlando di convenienza del servizio, non si intende “convenienza” dal punto di vista economico, ma da un punto di vista di un servizio adeguato al contesto in cui opera e che deve mantenere determinati standard qualitativi considerati imprescindibili¹.

Per uno stilista, sapere cosa disegnare e come presentare i modelli entro un ciclo temporale stabilito, è frutto di indagine, programmazione, sperimentazione, capacità creativa e abilità nel leggere e interpretare i trend culturali. I progressi della tecnologia della comunicazione permettono a idee e immagini di arrivare in qualunque punto della terra in una frazione di secondo. Diventa così difficile capire dove sia nato un determinato stile, dato che una certa silhouette o un certo taglio possono avere molte varianti nate nei luoghi più disparati ma nello stesso momento. Le informazioni e le influenze della moda sono molteplici, le idee e i look a livello di massa vengono diffuse da riviste e programmi televisivi, ma allo stesso tempo esistono anche influenze più sottili, come gli abiti indossati da attori televisivi o il cosiddetto passaparola fra amici e colleghi. Può capitare che stili che vengono associati a band musicali o a celebrità possono diventare parte della cultura di gruppi lontanissimi dalla loro fonte di ispirazione.

Al giorno d’oggi, i bisogni e i desideri dei consumatori si manifestano più spesso in seguito a mutamenti culturali: possiamo citare in merito eventi come l’emancipazione e il potere d’acquisto delle donne, per esempio, oppure i creatori di stili di strada come l’hip-hop o il comportamento sociale degli adolescenti. L’eterogeneità del mercato e la quantità di “gruppi” e categorie socioeconomiche sono in continua crescita, e dunque gli stili considerati accettabili in un dato momento sono più numerosi e la stessa persona può indossarli in diverse occasioni. Questo porta l’individuo medio ad essere molto più creativo riguardo all’abbigliamento.

Tutto questo però rende più difficile pronosticare o rilevare formule e raggruppamenti vincenti. Inoltre,

¹ Sue JENKYN JONES, *Professione Stilista*, Modena, Logos, 2011, cfr. pp. 18-32.

gli individui accolgono in diversi modi i vari trend a seconda dello stile di vita del gruppo di appartenenza e della propria personalità, e vengono di conseguenza etichettati, per esempio, come “seguaci della prima ora”, vale a dire i primissimi ad adottare una nuova tendenza, “conduttori”, cioè diffusori delle mode, “ritardatari” e via dicendo².

I procedimenti canonici di analisi e preparazioni delle stagioni hanno iniziato a perdere efficacia e critici hanno puntato il dito contro le previsioni, affermando che l'eccessivo zelo nei loro confronti ha portato alla creazione di un mercato piatto e scialbo. Per questo diversi stilisti sono convinti che le nuove proposte estreme che appaiono in passerella siano quello che il pubblico si aspetta da loro, anche se in realtà non è ancora chiaro se gli spettatori ne rimangano scioccati o meno. La realtà è che la maggior parte delle collezioni da passerella sono audaci tentativi di catturare l'attenzione della stampa, sfidare l'equilibrio e creare immagini impressionanti. La stampa e gli esperti che prevedono il futuro della moda, rappresentano e vagliano le idee per poi riversarle in una forma più leggera sul grande pubblico, ma alla fine è il consumatore che decide cosa sia più appropriato ai tempi³.

² JENKYN JONES, *op. cit.*, p. 62.

³ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, pp. 61-62.

2. Lo studio del corpo umano durante la fase creativa

La conoscenza del corpo umano e dei suoi movimenti è fondamentale per lo stilista che si avvicina alla creazione di abiti volti a colpire grazie all'impatto visivo, ma che siano allo stesso tempo comodi. L'anatomia umana, i modi in cui i muscoli sono fissati all'apparato scheletrico, e quindi la conoscenza di come questi interagiscono nel movimento, determinano la forma con cui il tessuto si adegua al corpo e si muove in armonia con esso.

E' fondamentale che lo stilista riesca a visualizzare in modo chiaro il corpo prima di iniziare a lavorare a una collezione. Le sagome schematizzate dei corpi femminili e maschili sono ovviamente molto diverse: il corpo femminile è più rotondo, viene di solito rappresentato semplificandolo e raffigurando in modo esagerato la classica figura a clessidra. Il corpo maschile invece è rappresentato da una figura piatta, a "triangolo rovesciato" così da mettere in mostra le spalle larghe⁴.

2.1 Disegno e illustrazione

Come punto di partenza, lo stilista deve decidere che tipo di corpo intende vestire, così da stabilire a quali caratteristiche dell'abito dare maggiore o minore risalto e che parti di pelle lasciare scoperte. In questa fase è fondamentale l'osservazione diretta del corpo umano e si tende a inventare un tipo di figura fisica ideale, mettendo poi su carta le idee e abbozzando pose e atteggiamenti che la esprimano al meglio, per poi sottolineare il punto saliente dell'abito con un disegno esagerato. Gli stilisti devono disegnare in fretta, così da buttar giù le sensazioni sfuggevoli che poi raccoglieranno in un tutt'uno coerente.

Vi sono diverse tecniche di disegno nel mondo della moda. La prima a cui ci si avvicina di solito è il cosiddetto "disegno dal vivo". Il disegno dal vivo nella moda è molto diverso dal disegno dal vivo di cui si parla nell'arte e nella pittura classica e vi sono due tecniche per realizzarlo: l'illustrazione libera e quella schematica.

L'illustrazione libera è simile al disegno dal vero "classico", con una differenza sostanziale nell'intento finale. Infatti, nella moda, l'obiettivo non è cogliere una somiglianza, ma piuttosto uno stato d'animo o un determinato look, dove lo sguardo cade sui cosiddetti "punti di riferimento", che altro non sono che i punti dove sporgono le ossa delle modelle, usati per dare forma all'illustrazione. Bisogna sottolineare il

⁴ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.* p. 98.

modo in cui un asse inclinato, come la posizione del bacino, influenza come poi sono posizionate le altre parti del corpo. In questo tipo di illustrazione le proporzioni del corpo umano sono distorte, le teste sono piccole, ma i colli e le gambe sono più lunghi rispetto a un disegno classico. La figura risulta più allungata per una questione di eleganza, ma soprattutto per dare risalto all'abbigliamento, dando così maggiore spazio a dettagli quali tasche e cuciture. Nelle figure maschili, la lunghezza delle gambe non viene estremizzata in questo modo esagerato e si sceglie invece di rendere predominante la parte superiore del corpo e di dare una posizione meno "atteggiata" rispetto a quella femminile. Il corpo di solito viene abbozzato in piedi e di fronte in una posa rilassata mentre abiti casual e sportivi richiedono pose più dinamiche. Se si desidera mostrare dettagli posteriori o cuciture laterali, si possono utilizzare pose a tre quarti, mentre al bozzetto viene allegata una veduta della parte posteriore disegnata con tratto leggero se l'abito presenta dettagli importanti sul retro o se questi si discostano molto da quello che si potrebbe immaginare. Generalmente le braccia sono lontane dal corpo, mentre volto, mani e piedi non vengono mai disegnati nei dettagli a meno che non siano importanti per il modello. Dopo aver realizzato una serie di pose utili, possono essere prese come base per lo sviluppo dei bozzetti.

Nei bozzetti di moda, semplificare è la chiave di tutto il lavoro; l'ombreggiatura si usa solo per dare profondità a drappaggi e silhouette. Il colore di un tessuto o la sua trama non saranno resi su tutto il modello, ma solo su alcune parti, mentre dettagli importanti, bottoni e cerniere devono essere disegnati. Acquerelli, pennarelli e pastelli si usano per distinguere il corpo dai tessuti, mentre vi sono una serie di segni che vengono utilizzati comunemente per indicare risvolti, pieghe e vari tipi di tessuti. Questo tipo di illustrazione è divisibile in due grandi gruppi:

- il *bozzetto*, per la creazione di questo tipo di illustrazione solitamente vengono buttate giù tutte le idee in uno o più fogli, presentando gli elementi essenziali della silhouette e del modello e giocando con tutte le possibilità che si presentano nella testa dello stilista, spesso aggiungendo ritagli di giornale e di stoffa. Quando si è riusciti a raccogliere una serie di buone idee, si fa una selezione e si approfondisce la direzione che si è scelto. Lo sviluppo dei bozzetti passa tramite la prova di diverse proporzioni, colli, allacciature, maniche e via dicendo e considerando le vedute frontali, laterali e di spalle. I modelli più promettenti vengono usati per proseguire il lavoro, e si crea un'illustrazione

chiara e pratica, con proporzioni più corrette che permettano a tutti di leggere senza problemi. Alla fine dello sviluppo del bozzetto bisogna considerare le competenze necessarie a disegnare il capo e gli eventuali problemi tecnici. Quando si è scelto su quali idee concentrare lo svolgimento dei cartamodelli, si può iniziare a pensare alla scelta di tessuti e alla campionatura;



Figura 1: bozzetto con figure femminili

- i *figurini*, sono i disegni di moda di migliore qualità. Quando si realizza un figurino, l'intento è quello di trasmettere il look e l'atmosfera del modello tramite un disegno che sia il più elegante possibile. Vengono messi in mostra i particolari, la qualità e la struttura del tessuto, ma senza mai caricare troppo l'immagine. Generalmente si tende ad accompagnare un'illustrazione astratta con un disegno piatto o tecnico in modo da rendere il lavoro chiaro ed esplicativo. Le vedute di spalle o laterali generalmente sono caratterizzate da un tratto più leggero e sono fornite di didascalie⁵.

⁵ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.* pp. 102–114.



Figura 2: figurino con disegno piatto e veduta di spalle

Il disegno schematico invece, è divisibile in disegno piatto e disegno tecnico. Sono tipi di disegni costruttivi realizzati in modo preciso e schematico con l'intento di rendere chiari i dettagli tecnici di un capo ed è considerato il formato di più facile interpretazione per l'industria manifatturiera. Non è rappresentata la figura umana, ma è indispensabile sapere quale sarà la taglia finale del capo. Le proporzioni sono corrette e ogni dettaglio (cucitura, assemblaggio, rifinitura) è indicato da un grafico piatto e senza ombreggiature per evitare errori in fase di produzione. I disegni tecnici o piatti possono essere facilmente scansionati e modificati al computer, sono quindi adeguati all'invio per posta elettronica ai fornitori e al caricamento sulle macchine CAD/CAM⁶ per il

⁶ CAD è l'abbreviazione inglese di Computer Aided Design, ossia una categoria di software studiata appositamente per il disegno tecnico assistito dall'utilizzo del PC. CAM, sempre in inglese, è l'acronimo di Computer Aided Manufacturing, spesso utilizzato in combinazione con CAD, sta ad indicare la trasformazione del disegno realizzato con il PC in istruzioni macchina comprensibili dal controller. Quindi riassumendo, il computer è utilizzato per realizzare il disegno con il CAD, il quale fornirà le

taglio al laser senza perdita di particolari. Questi due tipi di disegni vengono utilizzati per accompagnare le istruzioni per il taglio (sono infatti preferiti dalle cucitrici perché il margine di errore implicato è decisamente minore), nei processi produttivi e nelle sale di esposizione dei campionari. A volte fungono anche da supporto nella vendita delle collezioni o per l'archiviazione di una linea di abiti. Possiamo distinguere le caratteristiche principali di questi due tipi di disegni:

- il *disegno piatto* è inizialmente fatto a mano utilizzando una scala approssimativa, e poi viene reso più proporzionato mediante l'uso di programmi di disegno vettoriale su computer. Si riesce così a rendere la proporzione corretta del corpo, della larghezza delle spalle, delle dimensioni del collo e delle tasche, dell'ampiezza delle maniche e si rendono evidenti le cuciture a vista e gli orli delle giunzioni. Per mettere in evidenza i dettagli più complessi, generalmente si utilizzano ingrandimenti a lato del disegno e si possono utilizzare i colori;

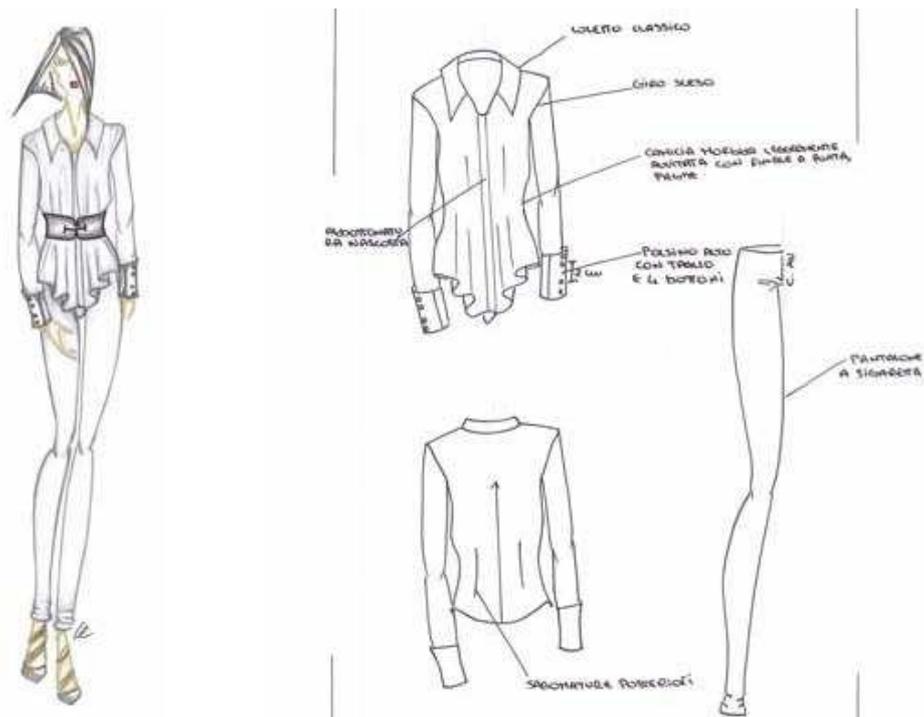


Figura 3: bozzetto e disegno piatto esplicativo

istruzioni al CAM, che a sua volta convertirà le informazioni in un linguaggio comprensibile al controller, attraverso l'utilizzo di un post-processor, il quale fornirà alla macchina utensile il "codice macchina" per azionare i motori, gestire i movimenti, ecc. (Consultato il 16-03-16), disponibile all'indirizzo <http://www.mrservices.it/cadcam.html>.



Figura 4: serie di disegni piatti

- il *disegno tecnico* è la versione più accurata del disegno piatto. Riporta infatti misure e particolari tecnici su fodere, ornamenti, fili e marchi sulla stessa illustrazione o sul foglio di accompagnamento e può essere sviluppato su carta bianca o carta millimetrata. Nel caso dell'utilizzo della carta millimetrata, bisogna prestare particolare attenzione al rapporto tra il numero dei quadrati e dei centimetri⁷.

⁷ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.* pp. 114–119.

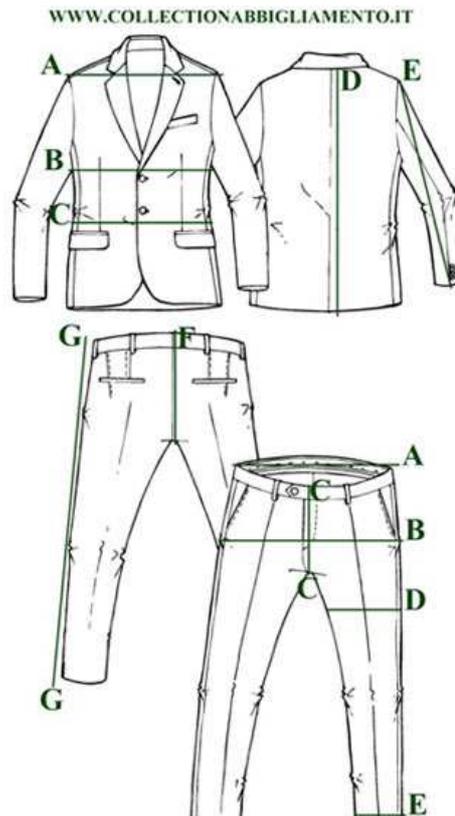


Figura 5: disegno tecnico con proporzioni

2.2 L'utilizzo del computer

Il computer è utilizzato da tempo come strumento di disegno, anche se nel mondo dello stilismo è entrato in gioco solo negli ultimi anni grazie all'abbassamento dei prezzi dei sistemi informatici e dei software del settore. Negli anni '80, gli hardware e i software utilizzati nell'industria della moda, erano per la maggior parte venduti come sistemi a sé stanti, spesso chiamati CAD/CAM. Questi sistemi erano in grado di predisporre la creazione del modello, di velocizzarne la produzione e di integrarsi con i macchinari, come ad esempio il telaio per la tessitura o i dispositivi per il taglio al laser. Purtroppo però, si tratta di sistemi spesso incapaci di interagire l'uno con l'altro e ogni software ha un suo interfaccia particolare che quindi impone, a chi ne fa uso, una formazione specifica per il suo utilizzo. Al giorno d'oggi, questi sistemi sono ancora frequentemente impiegati negli studi di moda e negli stabilimenti manifatturieri, ma il sistema operativo Windows e i programmi Microsoft sono lo standard, che in azione congiunta con programmi di altre aziende, permette l'utilizzo del computer per la creazione di stili che con altri mezzi risulterebbero troppo laboriosi. Vi sono due procedure in base alle quali il computer può interagire con le immagini visive:

- i *vettori*: sul computer, la tipologia più comune di disegno è il disegno tecnico, che garantisce minor probabilità di interpretazioni erranee da parte del produttore. I disegni tecnici vengono realizzati a computer tramite un linguaggio matematico chiamato “vettoriale”. I programmi più recenti hanno introdotto funzioni come riempimento a colori, gradienti⁸, testi e cornici di testo, centinaia di filtri e una quantità enorme di variabili. E’ inoltre possibile scansionare disegni fatti a mano e poi convertirli in disegni vettoriali nitidi;



Figura 6: illustrazione vettoriale di una donna con un completo autunnale

- le *immagini bitmap*: un bitmap è un gruppo di pixel. Lo stilista che utilizza le immagini bitmap per eseguire il suo lavoro deve prima decidere in quale scala desidera che il disegno sia realizzato. Infatti, questo tipo di figure è fortemente sensibile alla risoluzione, gli ingrandimenti quindi possono risultare frastagliati e le riduzioni possono portare alla perdita di dettagli importanti. Nonostante ciò, questo tipo di immagine permette il ritocco o la modifica di ogni singolo pixel, e sono perciò la soluzione ottimale per rifinire i dettagli di tonalità e colore.

⁸ La parola gradiente, in un software di grafica si riferisce alla possibilità di creare un'immagine contenente un cambio di colori graduale e sfumato, come ad esempio un colore viola che gradualmente diventa blu, per poi terminare in verde. (Consultato il 21-03-2016), disponibile all'indirizzo <http://www.creativeglossary.com/graphic-design/gradient.html>.

Al giorno d'oggi,

l'accessibilità alla fotografia digitale e la manipolazione con software (...) hanno portato a maggiori opportunità di controllo sulla resa estetica della presentazione e del disegno dei modelli. (...) E' possibile realizzare tutti i passaggi, dagli schizzi al disegno definitivo, e persino realizzare un prototipo reale o virtuale usando software per la rappresentazione 2D e la modellazione superficiale parametrica 3D⁹.

Per quanto riguarda il disegno e il taglio, al computer è più semplice effettuare modifiche rapide al modello. Modelli esistenti da tempo, possono essere digitalizzati usando un *puck*¹⁰ o una penna elettronica. Il *puck* converte le posizioni (coordinate X e Y) in valori e misure digitali tra i vari punti e questi dati poi vengono spesso salvati come immagini vettoriali per poi essere usati come sagome che fungono da base nella costruzione di un database di modelli. Seguendo lo sviluppo della linea di disegni, si adattano le sagome utilizzate per riuscire a rappresentare diversi tipi di taglie e proporzioni. Si tende a utilizzare le stesse sagome adattate durante la creazione dell'intera gamma di stili di una collezione, così da preservare l'equilibrio delle proporzioni. In caso di cooperazioni tra diversi team di stilisti, modellisti ed esperti della produzione che magari sono localizzati in luoghi distanti l'uno dall'altro, si possono condividere gli stessi strumenti di progettazione e design e il sistema di *Product Lifecycle Management* (PLC) così da visualizzare in modo immediato le idee e gli stili delle stoffe, e da realizzare istruzioni per il taglio, schemi di piazzamento¹¹ e valutazioni dei costi. Le varie fasi vengono così illustrate tramite rapporti scritti, velocizzando nettamente tutte le operazioni e limitando le possibilità di errori.

I sistemi CAD/CAM di visualizzazione 3D sono in grado di tramutare i vari pezzi dei modelli vettoriali in capi di abbigliamento virtuali 3D, permettendo così di svolgere veloci controlli dell'equilibrio e della forma generali. Nel momento in cui si visualizza la stoffa, si possono aggiungere *texture*¹² e stampe come *texture map*¹³ in forma di immagini bitmap, così da permettere migliorie alla corrispondenza e

⁹ JENKYN JONES, *op. cit.*, pp. 122-123

¹⁰ Un puck è un dispositivo di input simile a un mouse che viene trascinato su una superficie sensibile che ne rileva la posizione. (Consultato il 22-03-16) disponibile all'indirizzo <http://it.gdict.org/definizione.php?parola=puck>.

¹¹ Il piazzamento è la disposizione di tutte le parti del modello che si intende produrre, tenendo conto delle varie taglie così da ottenere il minor spreco possibile di tessuto. Per eseguire un piazzamento, le informazioni fondamentali da ottenere sono l'altezza del tessuto e le caratteristiche del tessuto che si intende utilizzare. (Consultato il 22-03-16), disponibile all'indirizzo <http://www.modartech.com/speciali/modartech/progettazione/piazzamenti.html>.

¹² Texture: è una parola utilizzata per indicare la trama di un tessuto. JENKYN JONES, *op. cit.*, p. 171.

¹³ Texture map: è un'immagine fotografica o un disegno applicato su una superficie tridimensionale generata al computer per riuscire a dare l'effetto di un oggetto solido con una data texture. JENKYN JONES, *op. cit.*, p. 258.

disposizione dei motivi e alla grana. Inoltre si possono aggiungere particolari qualità alla stoffa, come elasticità, compattezza e drappeggio, per sottolineare così eventuali problemi correlati al taglio e alla vestibilità. Le mappe termiche a colori mostrano inoltre quando il tessuto appare troppo stretto e attillato. Al termine del processo creativo e di quello di assemblaggio, le visualizzazioni possono essere utilizzate come immagini per presentazioni e attività di marketing¹⁴.

¹⁴ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, pp. 119-123.

3. Colori e tessuti

Vi sono una serie di ricerche che dimostrano come il colore sia il primo elemento al quale il cliente reagisce. A seguire troviamo l'interesse per il modello, la sensazione tattile data dall'indumento e infine il prezzo. La prima decisione da prendere quando si disegna un capo o una collezione è quindi quella di scegliere i colori, o la palette¹⁵ per l'assortimento dei modelli. La scelta dei colori è quella che detta il "motivo" stagionale di una collezione e ne permetterà la differenziazione da quelle precedenti.

Le persone reagiscono ai colori in modo intuitivo, emotivo e a volte anche fisico, ne sono attratti in modo diverso a seconda delle situazioni in cui si trovano o si sono trovate in passato, a cosa li aspetta nel futuro, dalle stagioni, dalle convenzioni sociali e culturali. È quindi importante che, nel momento in cui si disegna una collezione, si tenga ben presente il mercato di riferimento¹⁶.

3.1 Definire i colori

L'occhio umano distingue in media 350.000 colori diversi, ma non esiste un nome per ognuno di essi. Quando si descrive un colore, generalmente si ricorre all'approssimazione con l'auspicio che l'altro interlocutore lo percepisca allo stesso modo. Nel corso dei secoli sono stati creati diversi sistemi di classificazione scientifica del colore ed il primo, creato da Isaac Newton nel 1666, gli permise di identificare i colori dello spettro¹⁷, i cosiddetti sette colori prismatici: rosso, arancione, giallo, verde, blu, indaco e violetto. Nel 1730, Jacques-Christophe Le Blon si rese conto che mescolando due dei colori primari si creavano i colori secondari, e in base alle diverse proporzioni si potevano creare delle tonalità intermedie.

¹⁵ Palette: nella moda con questo termine si intende la gamma di colori che viene usata in una collezione, ma anche un numero limitato di colori stagionali che caratterizzano una gamma di tessuti o di modelli. JENKYN JONES, *op. cit.*, p. 257.

¹⁶ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, pp. 128-129.

¹⁷ In fisica lo spettro visibile è quella parte dello spettro elettromagnetico che cade tra il giallo e il marroncino includendo tutti i colori percepibili dall'occhio umano che danno vita dunque al fenomeno della luce. I colori dell'arcobaleno nello spettro includono tutti quei colori che sono prodotti da un raggio di luce visibile di una precisa lunghezza d'onda (raggio *monocromatico* o *puro*). Benché lo spettro sia continuo e non vi siano "salti" netti da un colore all'altro, si possono comunque stabilire degli intervalli approssimati per ciascun colore. (Consultato il 22-03-16), disponibile all'indirizzo https://it.wikipedia.org/wiki/Spettro_visibile.

Oltre a dare un nome al colore, se ne descrivono le tre qualità principali (tinta, luminosità e saturazione), così da definirne meglio le caratteristiche. Parlando di tinta ci si riferisce ai colori fondamentali come il rosso, il blu o il verde dato che ci sono poche tinte pure. Per quanto riguarda la luminosità, è un termine usato per indicare quanto sia chiaro o scuro un colore, basandosi su una scala che va dal bianco (che è l'origine e la somma di tutti i colori) al nero (che indica la totale assenza di luce). Dove vi sia predominio di bianco si parla di sfumature chiare, nel caso di una prevalenza del nero abbiamo delle sfumature scure. Il termine saturazione invece, indica il livello di intensità e purezza del colore.

Le descrizioni di tipo scientifico comunque non riescono a rendere la sensazione o l'effetto emotivo che un colore riesce ad evocare, quindi nella loro definizione si utilizzano anche nomi basati sulla nostra conoscenza del mondo, come animali (grigio topo), fiori (lilla), spezie (giallo zafferano) e così via. Questo uso del colore tuttavia non è sufficiente per indicare a uno specialista il tono esatto che viene richiesto per un abbinamento, quindi per ovviare a questo problema è stata sviluppata una serie di sistemi standard di notazione dei colori. Nel campo della moda i più usati sono il PANTONE Professional Colour System¹⁸ e lo SCOTDIC (Standard Color of Textile Dictionnaire Internationale de la Couleur), ispirati entrambi al metodo di misurazione del colore ideato da Albert Munsell e basati su tinta, intensità e valore.

Il metodo PANTONE determina con precisione un colore mediante un numero a sei cifre che indica anche la sua posizione all'interno della ruota dei colori (le prime due cifre), paragona il suo valore in rapporto al nero e al bianco (seconde due cifre) e alla sua intensità (ultime due cifre). Grazie alla sua presenza in molti software di grafica computerizzata, permette a un tintore o a uno stampatore la riproduzione di un modello con delle specifiche assolutamente esatte.

Le tinte e gli inchiostri da stampa hanno invece nomi e numeri chimici che vengono utilizzati per indicarne l'intensità e la gradazione in una scala cromatica regolata¹⁹.

¹⁸ Il sistema Pantone è stato messo a punto negli anni cinquanta per poter classificare i colori e "tradurli" nel sistema di stampa a quadricromia CYMK (ciano, magenta, giallo e nero) semplicemente grazie a un codice. I colori, coi relativi codici, sono quindi inseriti in un catalogo, denominato in italiano "mazzetta" o "tirella", dove è possibile "sfogliarli" e selezionarli. (Consultato il 23-03-16), disponibile all'indirizzo <https://it.wikipedia.org/wiki/Pantone>.

¹⁹ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.* pp. 128-137.



Figura 7: campionario di colore organizzato secondo la scala cromatica Pantone

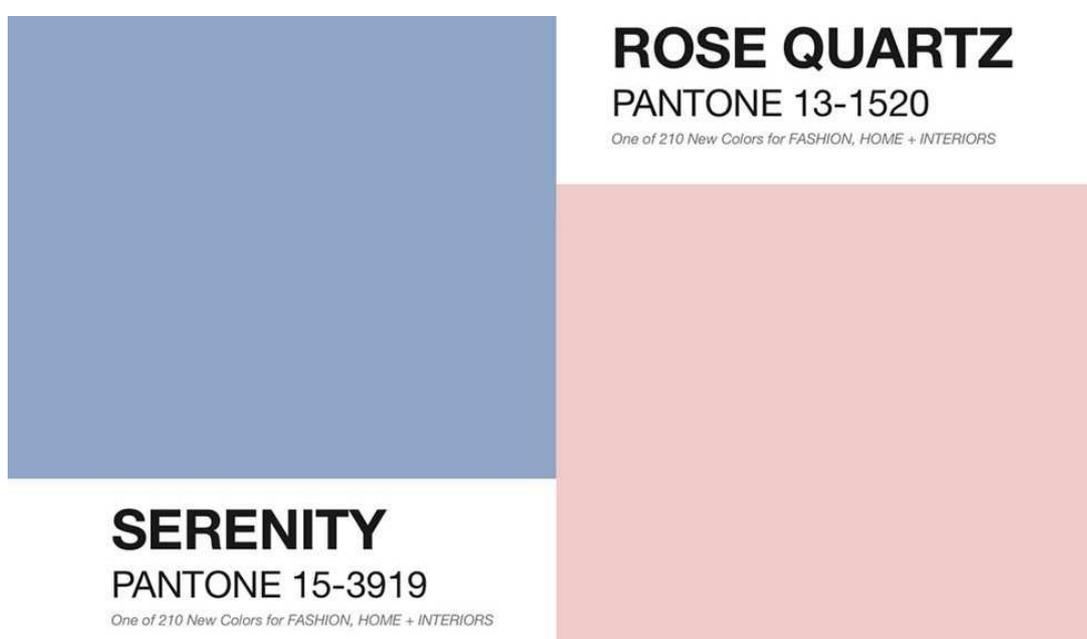


Figura 8: due colori classificati in base al sistema Pantone

3.2 Creare una palette di colori

Solitamente una palette per la moda comprende tra i quattro e i dieci colori. Quelli predominanti sono utilizzati come colori base, gli altri hanno un impiego più circoscritto o appaiono nelle stampe. Durante il processo di selezione, bisogna tener conto dell'effetto dei colori sulla pelle, sui capelli e sugli occhi e nel caso la palette deve essere modificata per adeguarla all'età e ai colori dominanti del mercato target.

Ad esempio, tinte come il giallo e il verde non donano a molte carnagioni dato che si riflettono sul viso, quindi vengono generalmente selezionati per gli accessori o per

creare punti di risalto. Le combinazioni di colore chiare e medie si utilizzano per creare un effetto calmo e sobrio, mentre i contrasti o tonalità sgargianti catturano l'attenzione.

È utile conoscere gli effetti delle varie combinazioni di tinte diverse dato che durante la progettazione di un capo di abbigliamento, i colori vengono usati per creare o interrompere dei punti focali e per mascherare una parte del corpo o metterla in risalto.

Per ottenere effetti multicolore interessanti sulle tinte, si possono utilizzare tecniche come il candeggio²⁰, la sovratintura²¹, la tintura "tie and dye"²², il crossdye²³ e la corrosione²⁴. Attraverso la "tintura in capo"²⁵ inoltre, gli indumenti a tinta unita si possono disegnare indipendentemente dal colore dato che possono essere tinti quando sono già stati confezionati²⁶.

3.3 Tipi di fibra

La fibra o filato è la materia prima da cui si ricava un tessuto ed è classificabile in tre categorie principali: vegetali (fibre cellulosiche), animali (pelo) e minerali (sintetiche). Al giorno d'oggi esistono tantissime mischie e versioni brevettate di fibre artificiali. Le mischie modificano le proprietà intrinseche della fibra principale, come ad esempio cotone e lino, che sono assorbenti e si sgualciscono molto, ma se uniti al poliestere diventano più facili da stirare e si asciugano più in fretta. Il fiocco è l'ammasso di fibre tessili che costituiscono la materia prima e la sua qualità, il metodo di lavorazione e il

²⁰ Candeggio: tecnica per scolorire il capo prescelto solo in determinati punti annodandolo o legando il capo in più punti tramite elastici, viene effettuata con l'uso di candeggina. (Consultato il 23-03-16), disponibile all'indirizzo http://beauty.pianetadonna.it/come-creare-una-t-shirt-psichedelica-con-la-candeggina-51376.html#steps_5.

²¹ Sovratintura: nell'industria tessile, procedimento di tintoria per cui è possibile tingere in fantasia tessuti greggi composti da fibre diverse, immettendo successivamente nello stesso bagno tinte ad azione elettiva sulle singole fibre. (Consultato il 23-03-16), disponibile all'indirizzo <http://www.treccani.it/vocabolario/sovratintura/>.

²² Tintura "tye and dye": è una tecnica di tinteggiatura attraverso la creazione di nodi sui tessuti. Quando vengono aperte le zone precedentemente annodate, affiorano dei motivi a contrasto. (Consultato il 23-03-16), disponibile all'indirizzo <http://www.lavorincasa.it/tie-and-dye/>.

²³ Crossdye: un metodo di colorazione dei tessuti composti da più tipi di fibre (ad esempio lana e cotone), che quindi reagiscono in modo diverso alla tintura, creando variazioni di colore. (Consultato il 23-03-16), disponibile all'indirizzo <http://www.fabricdictionary.com/cross-dyeing/133/cross-dyeing.html>.

²⁴ Corrosione: nel settore tessile, quando si parla di corrosione si intende una stampa effettuata sui tessuti, con delle sostanze chiamate riducenti, seguendo un disegno prestabilito. Queste sostanze sono in grado di corrodere localmente il colore di fondo del tessuto (generalmente di colore scuro) facendolo diventare bianco o colorato se alla sostanza corrodente viene addizionato un colorante ad essa resistente. Si usa per ottenere disegni molto minuti. (Consultato il 23-03-16), disponibile all'indirizzo http://win.istitutosangiovanibosco.net/cennini_donbosco/e-learning/Lenzi/stampa_zupo.pdf.

²⁵ Vi è una differenza visiva tra un capo confezionato con tessuto già tinto, e un capo tinto dopo il confezionamento. L'aspetto del primo risulta più pulito e uniforme, mentre nel secondo risulta più lavato e usato. (Consultato il 23-03-16), disponibile all'indirizzo https://it.wikipedia.org/wiki/Tintura_in_capo.

²⁶ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, p. 136.

diametro del filato sono i fattori che determinano le caratteristiche del tessuto. Le particolari caratteristiche di una fibra, come l'aspetto, il calore, il peso e il modo in cui reagisce agli stimoli tattili, sono i fattori che determinano la qualità e lo scopo per cui un determinato tessuto viene impiegato o prodotto²⁷.

3.4 I tessuti

Per uno stilista il tessuto è un mezzo di espressione creativa. Durante il processo di selezione dei tessuti bisogna valutare una lunga serie di fattori, tra i quali il peso, il prezzo, la qualità, il filato, la texture, la composizione, la fantasia (di trama e di stampa), il colore, la disponibilità, la resa e i tempi di consegna. È indispensabile un'ottima conoscenza dei tessuti visto che un materiale non si può forzare in una forma o in uno stile che non risulta compatibile con le sue caratteristiche, sia dal punto di vista pratico che visivo.

I due metodi principali per trasformare la fibra in tessuto sono la lavorazione a maglia e la tessitura a telaio. I tessuti fabbricati con altri metodi, ad esempio il pizzo o i tessuti a fibre legate²⁸, sono classificati come non-tessuti.

I tessuti a telaio sono prodotti mediante tessitura, cioè l'intersezione ortogonale dei fili verticali (l'ordito) con i fili orizzontali (la trama). Questi fili sono chiamati anche grana orizzontale e verticale del tessuto. Il numero di fili di trama e ordito per pollice o centimetro ci forniscono il livello di tensione o di tenuta del tessuto. I bordi della pezza hanno di solito un numero maggiore di fili o fili più forti allo scopo di stabilizzare il tessuto, e sono detti cimosa (ma anche cimossa o vivagno). L'ordito viene stirato in modo che resti teso, quindi la maggior parte dei tessuti ha una buona stabilità in lunghezza²⁹. Per far sì che il corpo segua la grana in senso longitudinale, i capi di abbigliamento sono generalmente tagliati parallelamente alla cimosa. Cambiando il colore o il tipo di filato nella trama e nell'ordito dell'armatura³⁰ si può produrre un'infinita varietà di tessuti, dato che è il tipo di armatura che determina la vestibilità e

²⁷ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, pp. 138-142.

²⁸ Tessuti a fibre legate: consiste in un velo di fibre (per es., polipropilene, rayon viscosa) tenute insieme con procedimenti di collegamento meccanico, chimico, termico. (Consultato il 24-03-16), disponibile all'indirizzo <http://www.treccani.it/enciclopedia/non-tessuto/>.

²⁹ JENKYN JONES, *op. cit.*, p. 143.

³⁰ Armatura: il modo col quale si intrecciano i fili di un tessuto. I fili nel senso della lunghezza si chiamano catena o ordito, quelli nel senso della larghezza (altezza del tessuto) trama o tessimento: comunemente però con la parola filo s'indica l'ordito e con la parola trama il tessimento. L'arte del tessere consiste nel combinare gl'intrecci con i filati più appropriati per l'uso al quale il tessuto è destinato. (Consultato il 10-04-16), disponibile all'indirizzo [http://www.treccani.it/enciclopedia/armatura_\(Enciclopedia-Italiana\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/armatura_(Enciclopedia-Italiana)/).

il comportamento del tessuto. Per quanto riguarda i tessuti a telaio, possiamo distinguere tre armature fondamentali:

- *tela*, è l'armatura più antica, l'ordito e la trama hanno un rapporto due a due, l'incrocio è molto compatto e il tessuto che ne risulta è uguale sia dal dritto che dal rovescio;

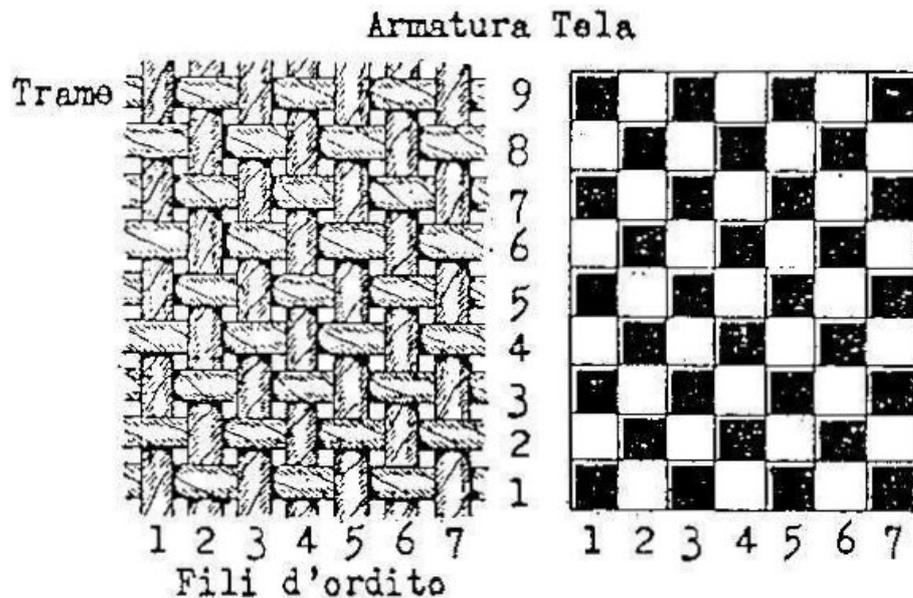


Figura 9: Armatura tela

- *spigata* o *saia*, è un'armatura che produce un effetto diagonale. L'ordito in questo caso attraversa almeno due fili di trama prima di passare sotto a uno o più fili, dando così vita a un tessuto dalla costolatura spigata della superficie;

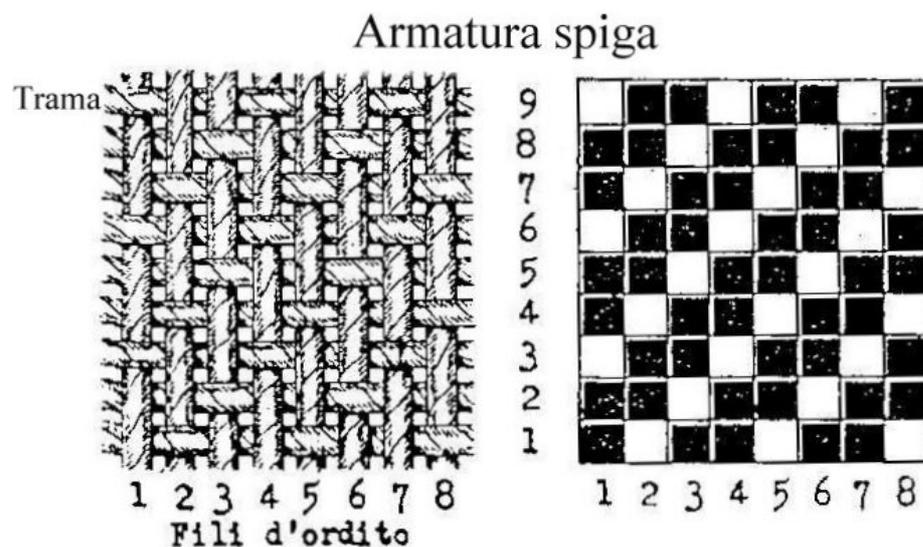


Figura 10: Armatura saia

- *raso* o *satina*, questa armatura ha le caratteristiche di avere i punti di legatura distanziati opportunamente uno dall'altro e di lasciar vedere da una parte del tessuto, che è liscio e piatto, in preponderanza la catena e dall'altra parte la trama. I rasi si distinguono in *effetto* ordito (quando sul dritto prevalgono fili a ordito) ed *effetto trama* (quando sul dritto prevalgono fili a trama) e sono tanto più belli quanto meno si vedono i punti di legatura. Questo tipo di armatura dà vita a tessuti lucenti e lisci, caratterizzati da una certa elasticità e da un drappeggio notevole. Le armature raso si ottengono con regola aritmetica, scomponendo il rapporto in due numeri primi tra loro i quali addizionati diano il rapporto stesso. Quei numeri indicano la distanza tra un punto e l'altro di legatura (*spostamento* o *scoccamento*). Fissato il primo punto (prima trama, primo filo), si ottiene il secondo punto sulla seconda trama contando tanti fili verso destra, quanti corrispondono ad uno dei numeri primi indicati; e così il terzo punto sulla terza trama, finché tutte le trame abbiano il loro punto di legatura e di conseguenza tutti i fili. I rasi sono *regolari* o *irregolari* a seconda che il rapporto sia scomponibile o no, come sopra indicato. Essi si designano con una formula, cioè: al disopra e al disotto di una linea si segnano rispettivamente le alzate e le abbassate del filo sulle trame (*motivo* o *ritmo*); poi, tra parentesi, l'indice di spostamento, e infine i numeri che indicano i punti d'incrocio di ogni trama con la catena³¹.

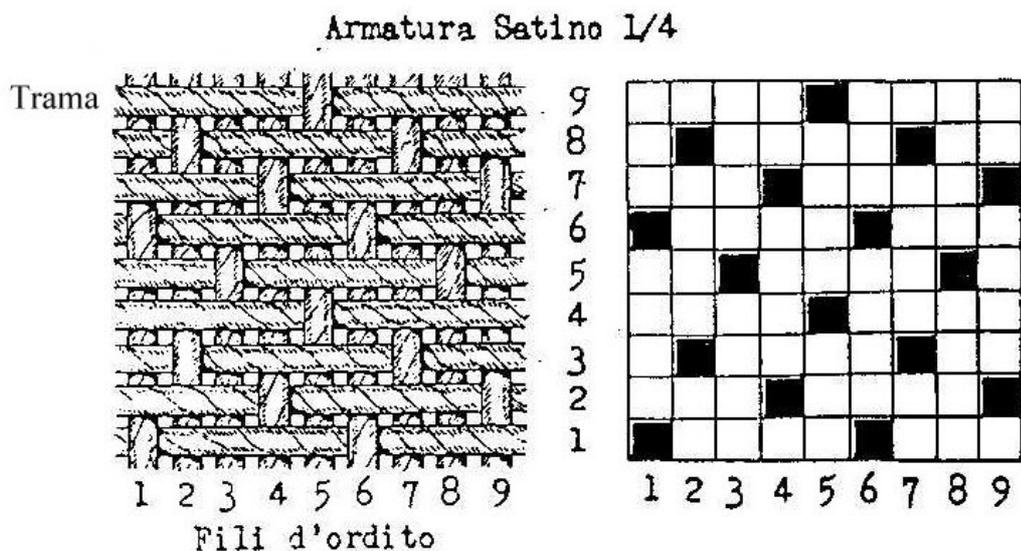


Figura 11: Raso

³¹ Enciclopedia Treccani online, per approfondimenti [http://www.treccani.it/enciclopedia/armatura_\(Enciclopedia-Italiana\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/armatura_(Enciclopedia-Italiana)/).

Oltre a quelle appena elencate, è possibile individuare altre armature, come quella *a pelo cimato*, dove viene utilizzato un terzo filo, che viene slegato e annodato sulla superficie, allo scopo di formare degli anellini. Se questi vengono tagliati o cimati in ciuffetti, otteniamo tessuti come il velluto liscio, a coste o che imitano il pelo di animale. Da sottolineare è anche il *Jacquard*, un'armatura intricata e ornata di figure, prodotta su un telaio particolare denominato proprio Jacquard. In questo caso la posizione di ogni singolo filo è determinata da una carta perforata simile al rullo di una pianola e se ne possono ricavare tessuti come il damasco o l'arazzo³².

Il tessuto a maglia invece, è formato dalle cosiddette boccole o maglie (ondulazioni del filo), intrecciate sia in senso trasversale che in senso longitudinale: le righe trasversali di maglie si chiamano ranghi, le longitudinali vengono chiamate coste. La fittezza del tessuto è determinata dal numero di coste e di ranghi esistenti in una data unità di misura. La sua maggiore o minore rigidità è data dallo spessore del filato usato per la tessitura. Questo tipo di tessuto è molto elastico, il che fa sì che cada bene e che non si sgualcisca, ma che allo stesso tempo possa perdere la forma dopo una serie di lavaggi e con un uso frequente³³. In base al tipo di intreccio otteniamo due tipi di tessuto a maglia:

- *tessuti a maglia in trama*, il filo di formazione è unico e, scorrendo da destra a sinistra, produce una riga trasversale (rango) di maglie. A ogni rango se ne intreccia un altro, le cui maglie s'incatenano con quelle del precedente e così via. Ogni maglia risulta quindi trattenuta dalla corrispondente maglia del rango precedente. Da ciò deriva la facilità di smagliarsi di questi tessuti. Se infatti si taglia un filo e si sottopone il tessuto a tensione, le maglie, non più trattenute superiormente, si smagliano per tutta la costa, lasciando la caratteristica riga longitudinale di fili di trama non intrecciati. La maglia in trama può essere unita e a costa. La maglia unita è a una sola faccia, la maglia a costa è a doppia faccia e, come intreccio, è costituita da coste di maglia viste dal diritto e coste viste dal rovescio in alternanza. I tessuti a maglia in trama si prestano moltissimo, e in ciò sta uno dei loro maggiori pregi, a essere diminuiti;

³²Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, p. 143.

³³ Enciclopedia Treccani online, per approfondimenti consultare [http://www.treccani.it/enciclopedia/maglieria_\(Enciclopedia-Italiana\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/maglieria_(Enciclopedia-Italiana)/)

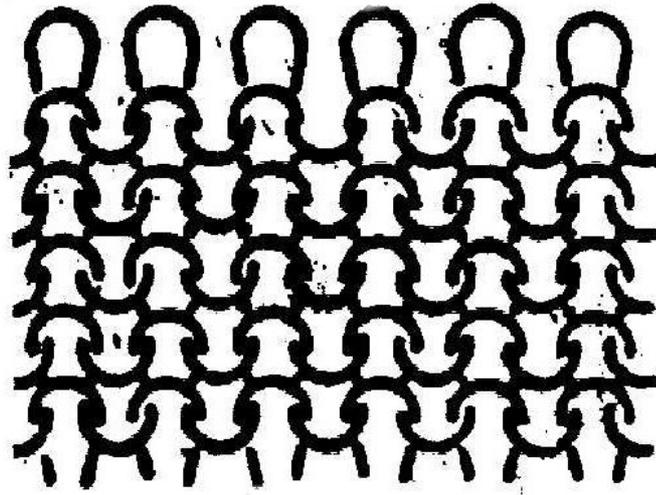


Figura 12: Maglia in trama

- *tessuti a maglia in catena*, sono formati da tanti fili quante sono le coste e questi si intrecciano a formare la maglia. Ogni filo, formata una maglia, si intreccia con la maglia del filo vicino. Nel tipo più semplice, una volta formata la maglia, un filo di catena si intreccia con la maglia del filo di destra (il quale fa lo stesso lavoro), formando la maglia nel rango precedente; quindi torna a sinistra e intrecciando con la seconda maglia del filo di sinistra forma una maglia nel rango precedente. La maglia in catena può essere unita (tricot, atlas) e a costa (rachel). La maglia unita è formata da sole maglie diritte mentre la maglia a coste si può dire formata da due tessuti semplici legati l'uno all'altro per intreccio in modo che, da qualunque parte si rivolti, il tessuto presenti sempre maglie diritte. La sequenza delle maglie formate da ogni filo è, nella maglia in catena, non più trasversale, come nella maglia in trama, bensì longitudinale e secondo la linea delle coste di conseguenza è più facile produrre motivi a rigature longitudinali. Caratteristica dei tessuti in catena è la, più o meno accentuata, mancanza di elasticità in confronto a quelli in trama. La rottura di un filo non provoca affatto, o provoca con grande difficoltà la smagliatura; questo beneficio compensa il difetto di mancanza di elasticità e, per certe confezioni, fa preferire il tessuto in catena al tessuto in trama. I tessuti in catena non offrono possibilità di diminuzioni o sagomature in macchina e, quindi, si producono in pezze che poi vengono tagliate, per le confezioni, come i comuni tessuti.

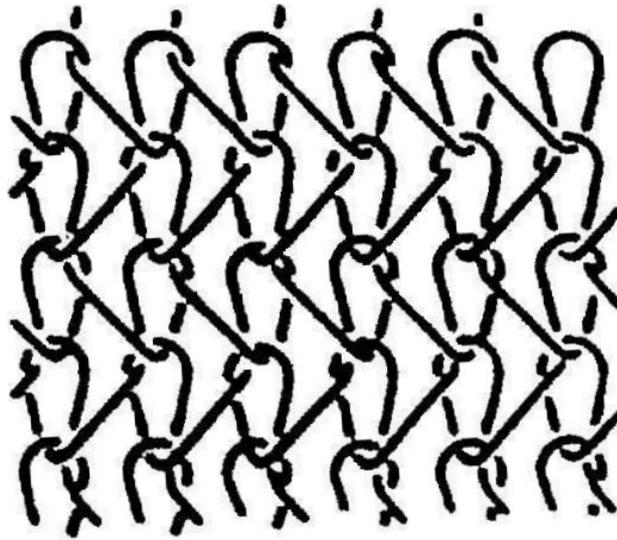


Figura 13: Maglia in catena

La maggior parte dei tessuti a maglia è nata a partire dal lavoro a maglia manuale e nonostante oggi le macchine più moderne siano in grado di confezionare un maglione in 45 minuti, sono ancora molti i consumatori che apprezzano il lavoro fatto a mano. Il metodo più antico per creare i tessuti, è infeltrire o intrecciare fibre. Se la lana è umida, calda e pressata, le fibre si legano tra loro e formano il feltro e questo tipo di processo è stato poi diffuso anche nella produzione di tessuti in termoplastica fusa. Sono materiali che non hanno grana, rendendo così possibile il taglio in qualsiasi direzione evitandone lo sfilacciamento o che si disfino. Alcuni materiali possono essere allungati e modellati con il vapore, come ad esempio il feltro pettinato, che di solito viene usato per fare i cappelli.

I tessuti di rinforzo, che servono a dare corpo e sostegno nei punti critici, sono spesso formate da fibre legate e derivano il proprio nome dalle marche. L'ovatta è un tessuto soffice, formato da fibre intricate rigonfie, ed infatti viene usato nei piumini e nelle imbottiture per dare calore e massa a un indumento. Tessuti di tipo traforato (come la rete o il pizzo) vengono prodotti grazie a macchine complesse che fanno sì che i fili si attorciglino e si muovano in diagonale. Questo tipo di tessuto generalmente non si sfilaccia, ma a causa della loro superficie aperta e ruvida, spesso vengono foderati³⁴.

3.5 Il finissaggio e la nobilitazione del tessuto

Le operazioni definite di finissaggio dei tessuti hanno lo scopo di migliorarne la resa in senso tecnico. Alcune operazioni alterano la struttura dei tessuti per apportare

³⁴ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, pp. 142 -154.

miglioramenti qualitativi e sono inclusi all'interno di questa categoria i trattamenti nobilitanti, che hanno lo scopo di far apparire di qualità superiore materiali che di qualità non sono, come la finta pelle. Ad esempio si parla di finissaggio dei tessuti quando li si rende antipiega o ignifughi.

Per i tessuti e le stoffe a maglia, la prima operazione di finissaggio consiste in un lavaggio a fondo, con lo scopo di eliminare gli agenti ausiliari impiegati durante la filatura e la tessitura. Per i tessuti contenenti fibre sintetiche, un'altra operazione importante è il termofissaggio³⁵, che ha lo scopo di conferire stabilità dimensionale e inguallcibilità. Per i tessuti in lana invece, durante la fase finale si possono effettuare trattamenti con resine particolari e reagenti appropriati allo scopo di renderli antifeltranti. Per quanto riguarda il cotone, le operazioni principali sono il bruciapelo³⁶, il purgo³⁷, la sbianca³⁸, la mercerizzazione³⁹ e la sanforizzazione⁴⁰.

La nobilitazione è l'ultima fase della lavorazione tessile. La stoffa viene sbiancata, tinta, pieghettata, stampata o decorata. Questi processi permettono di migliorare l'aspetto estetico dei tessuti, conferendogli una mano o caratteristiche particolari. Sono sempre operazioni che tengono conto del tipo di tessuto, esaltandone le caratteristiche e rendendolo più idoneo all'impiego a cui è destinato⁴¹.

³⁵ Termofissaggio: nell'industria tessile indica un'operazione di rifinitura compiuta su tessuti e maglie composte da fibre chimiche pure o in miscela, basato sulla termoplasticità propria di queste fibre. Sfrutta il principio per cui se un tessuto o un manufatto viene riscaldato a una data temperatura in una forma o con dimensioni prestabilite, e poi lasciato raffreddare, acquista quella forma e quelle dimensioni in modo stabile. (Consultato il 11-04-16), disponibile all'indirizzo <http://www.treccani.it/enciclopedia/termofissaggio/>.

³⁶ Bruciapelo: operazione di finissaggio per i tessuti di tipo cotoniero, atta ad eliminare tutte le bave sporgenti del tessuto. Marinella AZZALI, *Dizionario di COSTUME e MODA. Dal filo all'abito*, Roma, M. E. Architectural Book and Review, 2015, cit. p. 141.

³⁷ Purgo: è un determinato tipo di lavaggio a fondo utilizzato durante la fase del finissaggio su tessuti di tipo cotoniero. Su capi in maglia tinti in pezza o in filo prima delle altre lavorazioni, serve a rimuovere impurità e scorie naturali presenti nelle fibre naturali, paraffine ed oli vari, oppure a rimuovere sporco e macchie accidentali. AZZALI, *op. cit.*, p. 722.

³⁸ Sbianca: consiste in una serie di operazioni che hanno lo scopo di rendere bianche le fibre tessili. Rientra all'interno della fase di nobilitazione del tessuto. Cfr. AZZALI, *op. cit.*, p. 777.

³⁹ Mercerizzazione: processo chimico chiamato in questo modo in onore del suo inventore John Mercer, si ottiene trattando la fibra digrezzata posta sotto tensione, con una soluzione di acido solforico o idrato sodico e può essere effettuata sia sul filato che sul tessuto. È un trattamento che fa aumentare il pregio della fibra, rendendola liscia e regolare, con un aspetto lucido e brillante, maggiore resistenza e maggiore affinità alle sostanze coloranti. AZZALI, *op. cit.*, p. 561.

⁴⁰ Sanforizzazione: è un processo di finissaggio a cui vengono sottoposti i tessuti di cotone più pregiati. Serve a riavvicinare le trame. Le stoffe dopo essere state inumidite, vengono fatte passare su un cilindro riscaldato per mezzo del vapore acqueo e quindi stirate. Si ottiene un restringimento preventivo controllato e il tessuto diverrà irrestingibile ai lavaggi seguenti. Per i cotonei di minor pregio invece, si procede immergendoli in un bagno di resine appropriate, utilizzate anche per ottenere inguallcibilità e alcune caratteristiche di mano. AZZALI, *op. cit.*, p. 773.

⁴¹ Cfr. AZZALI, *op. cit.*, p. 384.

Da molto tempo, la stampa è il modo più conosciuto di rifinitura dei tessuti e ne esistono diversi tipi, come ad esempio il *batik*⁴², la stampa serigrafica⁴³ e la termostampa, per non parlare poi dei diversi tipi di stampa generica.

3.6 Lo sviluppo dei tessuti moderni

Al giorno d'oggi l'industria chimica è entrata con forza nel settore tessile, investendo ingenti quantità di denaro nello sviluppo di nuove fibre in grado di offrire alte prestazioni, e questo ha cambiato profondamente il mercato. Le linee di abbigliamento non sono che l'esito conclusivo di un processo che può durare anche cinque anni e che coinvolge molte industrie chimiche e tessili. Gli esperti svolgono un percorso di raccolta di informazioni, consultazioni e incontri due volte l'anno allo scopo di stabilire direttive generali che gli permettano di mantenere una certa coerenza nelle scelte effettuate. I disegnatori di tessuti e filati a seconda del volume, della capacità di produzione e della domanda del mercato presentano le loro linee con un anticipo che va dai tre ai dodici mesi. Le nuove apparecchiature meccaniche e computerizzate permettono l'ottenimento di stili innovativi e categorie di capi completamente nuove. Il pile che nasce dal riciclo della plastica ne è un esempio, come la lingerie senza cuciture, creata su macchine da maglieria cilindriche⁴⁴.

3.7 Costruire la linea

Sia che vi sia la necessità di lavorare a un singolo capo o ad un'intera collezione, si avrà la necessità di combinare una serie di tessuti. Nel caso dei tessuti di rinforzo (fodere o interfodere) è piuttosto semplice, mentre nel caso in cui si debba costruire una collezione, l'operazione si rivelerà molto più complicata. Nella collezione infatti, è fondamentale elaborare un equilibrio tra il numero di articoli che si andrà a creare, i tessuti di base e quelli accessori appropriati, articolandone i diversi pesi e qualità e selezionando le stoffe che dovranno rimanere semplici così da mettere in risalto quelle più vistose.

⁴² Batik: è un procedimento per dipingere su stoffa (generalmente seta o cotone) basato su "riserve" di cera fusa per quelle parti che non devono ricevere il colore. Cfr. AZZALI, *op. cit.*, p. 92.

⁴³ Serigrafia: è un procedimento di stampa su tessuto per la quale viene utilizzato un telaio in seta. Il disegno da riprodurre viene impresso sulla seta, tenuta in tensione all'interno di un telaio in legno o metallo. Il colorante passa attraverso le parti "aperte", restando bloccato da quelle "chiuse", trasferendosi così sul prodotto da colorare. AZZALI, *op. cit.*, p. 795.

⁴⁴ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.* p. 148

Nello studio di un'azienda di moda, i processi di definizione e affinamento delle idee tramite opportuni *storyboard*⁴⁵, costituiscono una parte importante e piuttosto ampia dello sviluppo della collezione, e spesso prevedono numerose modifiche⁴⁶.

I tessuti troppo “difficili” o costosi vengono eliminati e bisogna rispettare una certa coerenza nella scelta dei tessuti e delle guarnizioni dato che sono parte determinante della definizione dell'identità del marchio.

Il modello di un capo e di un tessuto devono funzionare in modo complementare, e i principi generali di ritmo, proporzione e conoscenza del corpo umano devono essere tenuti a mente e applicati al look complessivo, non solo ad un capo⁴⁷.

3.8 I fornitori di tessuti

Le aziende in cui produttori e stilisti scelgono di acquistare i tessuti devono essere affidabili e competitive in quanto prezzo, tempi di consegna, qualità, norme di importazione ed esportazione e le fluttuazioni monetarie sono fondamentali per la creazione di una linea.

Gli stabilimenti tessili tessono e lavorano a maglia il tessuto, che viene poi venduto direttamente o tramite intermediari ai produttori di capi d'abbigliamento. Generalmente sono specializzati in un unico processo o in un determinato tipo di tessuto, ad esempio lane lussuose per abiti e coordinati oppure sete jacquard per broccati da sera. Il tessuto venduto direttamente negli stabilimenti è solitamente più economico, ma spesso vengono richieste quantità minime d'acquisto ingenti rendendone più difficile l'acquisto in linea diretta.

I trasformatori lavorano a stretto contatto con i produttori e gli stilisti e si occupano di comprare o commissionare merci non finite (i cosiddetti tessuti greggi⁴⁸) dagli stabilimenti e le fanno stampare, colorare, impermeabilizzare ecc. dagli appaltatori in accordo con le previsioni di mercato.

In caso si debba lavorare con tessuti importati dall'estero, spesso si collabora con gli importatori. Infatti, capita che vi sia il bisogno di utilizzare tessuti che, a causa di diritti d'autore, disponibilità di materie prime o costi di lavorazione, devono essere importati, e quindi richiesti in anticipo tramite ordini dall'estero e in quantità adatte alle

⁴⁵ Storyboard: presentazione dell'idea alla base di una collezione con la classificazione dettagliata di stili e coordinati. JENKYN JONES, *op. cit.*, p. 258

⁴⁶ JENKYN JONES, *op. cit.*, p. 156

⁴⁷ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, p. 156.

⁴⁸ Greggio: fibra o filato allo stato naturale, non lavorato né trattato con speciali procedimenti, né sottoposto a metodi di pulitura o altri tipi di interventi. AZZALI, *op. cit.*, p. 447.

opportunità di mercato. Gli importatori si occupano di tenere i tessuti in magazzino, diminuendo così le operazioni legate alla spedizione e alle tasse d'importazione, alle difficoltà linguistiche e alle fluttuazioni monetarie.

Gli agenti non hanno merce in stock, fungono da rappresentanti dei venditori di tessuti e aiutano nelle contrattazioni e nell'organizzazione degli ordini e della consegna della merce, a livello locale o tramite gli importatori.

I grossisti acquistano la merce finita dai laboratori e dai trasformatori e la vendono in stock fino all'esaurimento, ma capita che non riescano ad offrire continuità nei colori e nei tipi di tessuto.

I cottimisti sono specializzati nell'acquisto di merce in eccesso a prezzo scontato oppure fungono da agenti per i produttori. I produttori generalmente cercano di tenere in stock meno merce possibile dati i costi elevati e il deterioramento dei materiali a cui si incorre facilmente. I cottimisti offrono il tessuto agli outlet o a piccole aziende con consegna immediata a basso costo. Questi tipi di tessuto e quanto viene realizzato con è conosciuto con il nome di rimanenza.

I dettaglianti sono i negozi di tessuti e i grandi magazzini che acquistano la merce dai fornitori sopra elencati, al loro interno generalmente vi è una vastissima scelta di materiali e tessuti diversi, ma i prezzi sono tre volte superiori a quelli di magazzino⁴⁹.

3.9 Le fiere campionarie dei tessuti

Le fiere campionarie hanno come scopo principale vendere prodotti e fungere da vetrina per promuovere e anticipare nuove tendenze. Sono eventi di notevole importanza, che permettono ai produttori di avere un contatto personale con i clienti e di mostrare le proprie collezioni, mentre ai compratori viene data la possibilità, prima di effettuare gli ordini, di toccare ed esaminare con mano i tessuti e la moda.

Nonostante ciò, i cambiamenti degli ultimi anni dovuti alla comunicazione digitale e alla produzione globale stanno frammentando il mercato. Videoconferenze e servizi di spedizione a basso costo permettono ai produttori e compratori di fare affari ininterrottamente, ventiquattro ore su ventiquattro, sette giorni su sette. Data la rapidità con cui appaiono le copie nel mercato, sempre un maggior numero di produttori sceglie di non mostrare più pubblicamente la propria merce e il numero delle grandi fiere è in calo. In compenso, nascono sempre più di frequenti eventi piccoli ed esclusivi, spesso

⁴⁹ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, pp. 157-158.

su invito e molti marchi organizzano presentazioni in alberghi o showroom privati al di fuori dei programmi ufficiali e scegliendo appositamente momenti cruciali per il proprio mercato target.

Una della maggiori fiere internazionali è la *Première Vision* che si tiene due volte l'anno (a marzo e a settembre) a Parigi subito dopo le sfilate del *prêt-à-porter* francese. Vi partecipano 62000 professionisti dell'industria tessile provenienti da 120 paesi con lo scopo di condividere idee, fare affari e dar vita a nuove linee e collezioni. Circa 1900 espositori provenienti da 57 paesi presentano qui le loro interpretazioni delle tendenze e le proprie collezioni, che vengono sviluppate in sinergia con le richieste del mercato della moda e con il calendario del settore dell'abbigliamento⁵⁰. Nel contempo ha anche luogo *Indigo*, un'esposizione dei designer tessili ideata per trasformatori, stampatori e aziende di maglieria, con espositori che propongono le tendenze con un anticipo che a volte arriva fino a 18 mesi. Gli organizzatori di *Première Vision* chiedono a un gruppo di esperti di rivedere quanto emerge nella fiera, analizzarlo e riassumere le tendenze concentrandosi su temi e colori, per poi rielaborarli attraverso mostre, presentazioni audiovisive e bollettini giornalieri sugli acquisti del pubblico⁵¹.

⁵⁰ *Première Vision Paris*, per approfondimenti <http://www.premierevision.com/presentation/premiere-vision-paris/the-concept/>.

⁵¹ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, pp. 158-160.

4. Elaborazione in studio

Le attrezzature fondamentali dello studio di uno stilista spesso seguono gli standard industriali.

Uno degli strumenti più importanti è il tavolo da lavoro, utilizzato per tracciare i modelli e tagliare i campioni di tessuto. Ha una superficie liscia per impedire ai tessuti più delicati di rovinarsi e di solito è concepito basandosi sulla statura media di una donna, misura 92 cm in altezza e 120 cm circa in larghezza per riuscire a stendere bene i tessuti.

Solitamente nello studio sono inclusi diversi tipi di macchine da cucire tra cui:

- per *impunture*, è lo standard di qualunque studio e consente di realizzare un tipo di cucitura a punti distanti, usata per garantire l'unione di due o tre strati di tessuto, può essere anche una cucitura provvisoria;
- a *sopraggitto*, permettono di rifinire margini di cucitura singoli o accoppiati e trasformare l'interno del capo fermando le sfilacciate e assicurando pulizia anche al rovescio;
- *punti di copertura*, permettono di eseguire la caratteristica cucitura elastica doppia che si trova ad esempio sull'orlo delle magliette;
- *orlatrici a punto invisibile*, fanno sì che venga realizzato un orlo che ha come caratteristica quella di celare la cucitura che dovrebbe sostenere il lembo girato al rovescio. Per ottenere tale risultato, il lembo va fissato con alcuni punti di cucito lievi che non trapassano la stoffa e quindi non compaiono sul dritto.

Fanno inoltre parte dell'attrezzatura ferri a vapore o presse da stiro, e spesso si dispone anche di macchinari per il ricamo e la maglieria.

Il manichino è uno degli strumenti più importanti per uno stilista e serve a verificare l'applicabilità dei modelli. È generalmente formato da un busto solido di plastica, ricoperto da una sottile imbottitura e da uno strato di lino ben teso. Alcuni sono dotati di gambe e braccia retrattili o estraibili per le giacche e si possono imbottire o adattare alle più diverse corporature. Durante la progettazione del modello è possibile verificare l'effetto e le proporzioni dei tessuti prima del taglio disponendoli sul manichino.

Prima di tagliare la tela si possono verificare la vestibilità, la silhouette e il drittofilo sul cartamodello, e poi modificare cuciture e pinces in corso d'opera. Il manichino è utile a sperimentare le collocazioni di tasche e bottoni, a determinare le

misure e le proporzioni di colli e colletti e di fissarli a vapore, e inoltre facilita l'inserimento di spalline, fodere e altri dettagli che vengono cuciti direttamente sull'abito "indossato". Il manichino è fondamentale anche per le tecniche di drappaggio e di creazione del modello dato che le sue cuciture a vista, presenti sui pannelli verticali della superficie esterna, fungono da guida. Grazie al drappaggio, sul manichino si possono anche provare scollatura e giromanica⁵².

4.1 Misure e mappature

Nel passato, furono i sarti più esperti a rendersi conto della possibilità di catalogare le persone in una serie di tipologie fisiche. Nel XIX secolo, ispirati dagli scritti di Charles Darwin e alla fotografia documentaria, i vittoriani presero a catalogare e a misurare le diversità del corpo umano, dando vita all'antropometria, la scienza che si occupa di misurare il corpo umano nella sua totalità o nelle sue componenti. Vennero così messi a punto una serie di modi diversi per misurare il corpo per la sartoria fondati sulla divisione del corpo in sezioni simmetriche, da attuare mediante l'utilizzo di sagome o basi. Al giorno d'oggi le nuove tecnologie, come ad esempio gli scanner 3D del corpo, sono in grado di effettuare misure accuratissime, migliorando così i dati a nostra disposizione e fornendo le misure reali dei diversi gruppi etnici.

Col passare del tempo i produttori si sono organizzati e hanno standardizzato taglie e modelli, arrivando perciò anche a procedure di etichettatura e classificazione nuove. I metodi di misurazione infatti cambiano da paese a paese, ma grazie al Ministero del Commercio americano e alla British Standards Institution, ora è possibile usare misure internazionali per indicare le taglie, riducendo la confusione tra i diversi paesi. Negli Stati Uniti la gamma delle taglie è molto più ampia e quindi usato un sistema di misurazione chiamato "imperiale" basata sulle iarde, i piedi e i pollici. In Europa e in Asia i capi d'abbigliamento hanno taglie espresse in centimetri.

La donna media occidentale è alta 163 cm (5 cm in più rispetto a 50 anni fa) ed indossa una taglia compresa tra 44 e 46. Gran parte delle case di moda produce abiti tra la 40 e la 46, nonostante un terzo delle donne superi la taglia 48.

L'abbigliamento maschile invece è definito in modo più generico. Dato che la moda giovane e quella classica hanno esigenze diverse in termini di vestibilità e taglie, i

⁵² Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, pp. 162-164.

mercati target servono come metro di paragone per il calcolo delle taglie e i produttori vendono i capi ai compratori basandosi sui dati raccolti.

Nonostante si lavori sull'accuratezza delle misurazioni da oltre due secoli, i consumatori continuano a lamentare una carenza qualitativa dal punto di vista delle taglie. Nei casi in cui la vestibilità è cruciale, come nel caso dell'abbigliamento sportivo, è fondamentale sapere come si sviluppa il corpo e che movimenti questo dovrà andare a compiere. Nel caso del lancio di una moda in particolare, come ad esempio i pantaloni a vita bassa, i produttori di biancheria intima dovranno creare dei nuovi capi che si adattino a quanto viene prodotto, e in questo caso questo implicherebbe creare capi che lascino scoperta la pancia, necessitando quindi di una serie di misurazioni "nuove". Queste misure sono chiamate "specifiche" e vengono scritte sulle illustrazioni dei modelli così da evitare ambiguità nel taglio e nell'assemblaggio dei capi.

Bisogna tenere conto che, quando si produce un capo in taglie diverse, le cuciture, le tasche e i dettagli dovranno sempre avere lo stesso aspetto, indipendentemente dalla misura del capo in questione. Inoltre, un altro fattore importante da considerare è che donne con le stesse misure di seno, vita e fianchi, potrebbero avere conformazioni completamente diverse, cambiando profondamente postura, forma del seno, curvatura della schiena, posizione dei fianchi e forma delle gambe. Quindi, se negli indumenti standard prodotti dall'industria si effettuano minimi ritocchi rispetto alle categorie e alle misure di riferimento, nella sartoria su misura e nell'alta moda è fondamentale prendere tutte le misure di ogni singolo cliente, così da poter tracciare la sua individuale vestibilità di riferimento, sulla base della quale verranno poi sviluppati i modelli e gli abiti⁵³.

4.2 Gli elementi del design

Nel fashion design, gli elementi principali da tenere in considerazione sono la silhouette⁵⁴, la linea e la *texture*. Le varianti con cui questi elementi possono essere utilizzati prendono il nome di ritmo, ripetizione, gradazione, irraggiamento, armonia, contrasto, proporzione ed equilibrio. La combinazione e l'utilizzo di questi elementi sono i fattori in grado di scatenare una reazione nell'osservatore o in chi indossa l'abito, e può essere palese o subliminale. La reazione che si ottiene con la creazione di un abito

⁵³ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.* pp. 164-166.

⁵⁴ Silhouette: termine derivato dal francese, significa letteralmente profilo o figura. Nella moda il termine è usato per indicare un profilo curvilineo o una particolare "linea" avente queste caratteristiche. AZZALI, *op. cit.*, p. 808.

non è sempre chiara, e a volte può tradursi in un senso di ripugnanza e shock, anche se questo non è sempre un fattore negativo e nel mondo della moda una reazione scioccata può arrivare ad assumere una valenza positiva.

Essere in grado di analizzare ed esprimere l'effetto prodotto da un capo consente di poter ampliare, modificare, sviluppare e correggere un modello. Molti dei modelli interessanti nascono per una serie di coincidenze positive, è però utile saper analizzare i risultati del lavoro svolto, riflettendo sull'intenzionalità per capire quanto si è vicini a raggiungere il risultato desiderato. Conoscere gli elementi e i principi del fashion design è utile per individuare tendenze e cambiamenti del mercato e per analizzare da cosa nasce il successo di certi stilisti⁵⁵.

4.2.1 La silhouette

Parlando della silhouette dell'abito, è importante tenere conto del fatto che, nonostante questa rappresenti il primo impatto di un capo di abbigliamento, gli abiti sono tridimensionali e quindi la nostra idea cambia quando possiamo osservarli a 360°, in movimento, se vengono piegati e quando rivelano il loro volume. Se si vuole evitare che una collezione diluisca il suo impatto complessivo o indebolisca il messaggio che vuole trasmettere, questa non dovrebbe presentare molte variazioni dal punto di vista della silhouette. Partendo dal punto vita femminile, si divide la sagoma in due parti, superiore e inferiore, che devono essere equilibrate ed armoniche così da ottenere un effetto proporzionato.

Il volume è un concetto che si interseca con quello di silhouette, infatti questa permette di far emergere nel modello la presenza del volume, oppure la rotondità o l'assenza di questi due fattori. Utilizzare tessuti trasparenti, pesanti o imbottiti permette di mettere in luce un senso di leggerezza o di pesantezza negli abiti che si creano e la loro realizzabilità è correlata all'ideale della forma femminile che va per la maggiore in un determinato momento. In determinate epoche storiche abbiamo assistito alla popolarità di silhouette di grande effetto: nel XV secolo le donne sposate indossavano abiti con girovita alto e grosse quantità di tessuto raccolte sotto il seno per aumentare il giro vita e dare l'illusione della gravidanza, mentre nel XVIII secolo gli abiti con paniere e crinolina erano piatti ma talmente ampi da rendere difficoltoso alle donne il passaggio nei vani delle porte. A partire dagli anni '20 del XX secolo abbiamo assistito

⁵⁵ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, pp. 166-168.

a un progressivo accorciamento degli orli delle gonne, fenomeno che ha portato negli anni '60, con la nascita della minigonna, all'invenzione dei collant⁵⁶ dando vita a un genere di mercato completamente nuovo. L'adozione dei pantaloni da parte delle donne e le gambe in vista hanno portato a un ampliamento del concetto di silhouette⁵⁷.

4.2.2 La linea

Nell'abbigliamento, il termine linea, è considerato un vocabolo generico che definisce un modello specifico o un determinato taglio o volume o lunghezza di un indumento oppure di un completo di capi e accessori che formano un insieme. È data da tutte quelle caratteristiche che contraddistinguono un capo d'abbigliamento nel suo complesso e nei particolari.

Messi di fronte alla varietà di linee utilizzate nel design, si reagisce in modi molto diversi, in quanto una linea può implicare rigidità o flessibilità, così come può essere dolce o decisa. Può indurre l'osservatore a guardare in diverse direzioni oppure in alto o in basso, dare risalto a determinate qualità per nascondere altre oppure può creare l'illusione di strettezza o ampiezza. Nella moda, l'uso più comune delle linee riguarda la cucitura dei pezzi e il tipo di allacciate: le righe orizzontali ad esempio tendono ad essere corte, attirando quindi l'attenzione sulla larghezza del corpo mentre l'utilizzo di linee verticali, inducendo lo sguardo a scorrere lungo il corpo, crea un effetto di lunghezza ed eleganza. Nel taglio di sbieco le cuciture corrono diagonalmente lungo il corpo ed attorno ad esso per conferire dinamicità e fluidità al tessuto. Le linee curve creano un senso di femminilità in un capo di abbigliamento e spesso si usano per ridurre il girovita spostando l'attenzione su busto e fianchi⁵⁸.

4.2.3 La proporzione

Nella sartoria, la proporzione è l'elemento che permette di collegare visivamente le singole parti del tutto. La corretta proporzione nell'abbigliamento si ottiene tramite una serie di misurazioni, non necessariamente utilizzando il metro a nastro, ma spesso andando semplicemente a occhio. Modificando le proporzioni tra le varie parti del modello, spostando le cuciture e i dettagli della figura è possibile creare l'illusione della forma del corpo. In base al tipo di fisico per cui si sta disegnando, bisogna decidere

⁵⁶ Cfr. AZZALI, *op. cit.*, p. 240.

⁵⁷ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, pp. 168-169.

⁵⁸ Cfr. AZZALI, *op. cit.*, p. 518.

quali proporzioni enfatizzare e quali mettere in secondo piano, quanta pelle mostrare e quali sono i desideri del mercato target. Durante lo sviluppo dei bozzetti, si disegnano figure nelle pose che maggiormente riescono a esprimere l'attitudine dei vari modelli.

Le stoffe che vengono scelte influenzano profondamente il risultato finale, grazie alle diverse qualità estetiche e tattili che le contraddistinguono. Ad esempio, un tessuto a tinta unita può essere accostato a cuciture o allacciature seducenti e dare un'immagine di snellezza, mentre un motivo stampato può spezzare la linea. Gli stilisti si avvalgono di questi accorgimenti per facilitare la produzione, preservando proporzioni e unità estetica di una collezione, garantendo però una certa scelta nei materiali e modalità di impiego che permettono di mettere in risalto le figure di consumatori caratterizzati da diverse fisicità⁵⁹.

4.2.4 La texture

Texture è una parola utilizzata per indicare la trama di un tessuto. Nell'ambito della sartoria, bisogna tenere in considerazione il fatto che, quando si assembla effettivamente il capo d'abbigliamento, entrano in gioco fattori sensoriali ed elementi visivi che possono far sì che tessuti e materiali spezzino uno stile che sulla carta funzionava benissimo. Questa è la ragione principale per cui gli stilisti scelgono i tessuti ancora prima di creare i bozzetti, prendendo la trama e l'effetto che un materiale produce al tatto come fonte d'ispirazione, invece che cercare in un secondo tempo la stoffa adatta al bozzetto. La resa dei diversi tessuti deve essere molto chiara allo stilista, onde evitare di incorrere in problemi in futuro. I tessuti vengono scelti in base alla compatibilità con la stagione, alla linea e alla silhouette desiderata, al colore e al prezzo per la fascia di mercato a cui il capo è destinato. Il colore può essere ritoccato in uno stadio più avanzato del processo, ma le proprietà del tessuto e la sua texture rimangono invariate⁶⁰.

4.3 I principi del fashion design

I principi del disegno di moda sono una parte fondamentale del bagaglio di conoscenze estetiche dello stilista e servono a variare l'effetto di una propria creazione. Per poter osservare i modelli in modo obiettivo è utile saperli individuare e modificare. A volte uno stilista sceglie volontariamente di prendersene gioco, allo scopo di veicolare un particolare messaggio.

⁵⁹Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, pp. 169-171.

⁶⁰Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, p. 171.

4.3.1 La ripetizione

La ripetizione nel campo dell'abbigliamento, consiste nell'utilizzare più volte elementi di design, guarnizioni o determinati dettagli all'interno di uno stesso capo. Gli elementi possono essere ripetuti in modo regolare o irregolare e questo processo aiuta a dare uniformità al modello. Il corpo umano è simmetrico, quindi una certa ripetizione è piuttosto inevitabile dato che un lato è l'immagine speculare dell'altro. A volte, vi sono esempi di ripetizione, come i bottoni a distanza regolare, che sono una caratteristica così comune da non venir minimamente notata finché non ci si trova davanti una versione irregolare del motivo a cui siamo abituati. La ripetizione può essere una caratteristica di un tessuto, come le stoffe a strisce o stampate a motivi, oppure può essere parte della struttura di un indumento, come nel caso delle gonne a pieghe. A volte capi come le gonne più lunghe su un lato o i topi monomanica tornano di moda per reagire alle regole comuni, dato che producono un effetto disarmonico che colpisce lo sguardo.

Anche il ritmo delle ripetizioni è importante, come nella musica può creare un effetto potente, sia che derivi dalla ripetizione regolare degli elementi che dai motivi di un tessuto stampato.

La gradazione invece è un tipo più complesso di ripetizione, dove gli elementi di un capo di abbigliamento assumono dimensioni e intervalli crescenti o decrescenti. Ad esempio, parlando di abiti da sera, i lustrini possono esservi applicati in modo fitto sui bordi e rarefarsi man mano che ci si sposta verso l'interno. L'occhio segue i diversi livelli di variazione, per cui la gradazione può essere utilizzata per mettere in risalto o nascondere alcune caratteristiche del corpo⁶¹.

4.3.2 L'irraggiamento

L'irraggiamento risulta nell'utilizzo di linee che si aprono a ventaglio partendo da un punto centrale. Un esempio ne è la plissettatura a raggiera di una gonna femminile, il cui effetto può essere utilizzato a livello subliminale negli indumenti drappeggiati.

4.3.3 Il contrasto

Il contrasto fa sì che l'occhio attribuisca una maggiore importanza a una certa zona piuttosto che a un'altra, e stempera la monotonia di un effetto piatto, come accade ad esempio quando si indossa un vestito con una cintura a contrasto. I colori attirano

⁶¹ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, p. 177.

l'attenzione su sé stessi e sui dettagli che incorniciano. Gli elementi di contrasto hanno bisogno di particolari attenzioni, in quanto riescono a diventare un punto focale nell'indumento ma non devono sempre essere estremi⁶².

4.3.4 L'armonia

L'armonia implica somiglianza piuttosto che differenza, utilizzando tessuti che si combinano bene oppure colori che non si scontrano. Uno stile di questo tipo, non richiede tagli decisi o modelli rigidi, ma piuttosto tessuti soffici e forme arrotondate. È un principio molto utilizzato nella moda italiana, famosa per come utilizza tessuti e colori morbidi abbinati a una taglio equilibrato e non aggressivo⁶³.

4.3.5 L'equilibrio

Il corpo umano è simmetrico lungo l'asse verticale e i nostri occhi e il nostro cervello hanno la tendenza a riconoscerlo come tale. È per questo motivo che vi è sempre la tendenza a ricercare l'equilibrio negli abiti che vengono indossati. Il nostro desiderio di vedere elementi che si rispecchiano a destra e a sinistra si riflette nell'equilibrio verticale degli abiti: risvolti in coppia, bottoni fissati in modo regolare, tasche allineate e di uguali dimensioni, ecc. Nel caso di uno sbilanciamento del completo nella parte superiore (ad esempio tramite un'eccessiva enfasi data al collo) o nella parte inferiore (ad esempio con una gonna molto ampia), l'equilibrio orizzontale viene violato. Nel caso di modelli asimmetrici si sceglie comunque di utilizzare dettagli più piccoli dall'altro lato per creare un eco che aiuti a mantenere bilanciato il tutto. Ogni prospettiva da cui l'abito verrà guardato deve rispettare questo principio, o al contrario, esprimerne volutamente la mancanza, come accade spesso nei capi della moda giapponese⁶⁴.

4.3.6 Sensazione corporea

Indossare abiti non rappresenta solo un'esperienza visiva, ma anche tattile e sensoriale. Trame contrastanti accentuano la differenza tra abito e pelle e aiutano a dare un tocco di stile in più a un capo. I tessuti vengono abbinati così da amplificare a piacere l'aspetto e la sensazione degli abiti che vengono indossati. Questo fa sì che sia fondamentale

⁶² Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, pp. 177-179.

⁶³ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, p. 179.

⁶⁴ *Ibidem*.

rendere i diversi materiali nelle illustrazioni che precedono il prodotto finito. Stilisti e venditori che lavorano con i coordinati devono poi essere in grado di valutare i contrasti e le combinazioni vincenti, per poi usarle in modo equilibrato ed efficace all'interno di una linea o di un assortimento⁶⁵.

4.4. Il disegno dei modelli e il loro sviluppo

Per disegnare i modelli, generalmente si usano una serie di strumenti:

- matite a punta dura (2H-6H);
- pennarelli rossi e neri per tracciare il modello;
- curvilineo (per disegnare e misurare le curve);
- squadra graduate (per stabilire il drittofilo);
- righello trasparente, generalmente con fessure per misurare asole e pieghe;
- metro rigido con entrambi i sistemi di misurazione;
- metro da sarto;
- rotella da ricalco;
- pinze tacchettatrici;
- punzone;
- punteruolo;
- forbici da carta;
- nastro adesivo trasparente e nastro per mascherature;
- fettuccia nera per cucire;
- spilli.

I metodi principali per sviluppare la forma di un capo sono il cartamodello e il drappeggio e spesso lo sviluppo di un modello è un misto tra le due tecniche.

4.4.1 Il cartamodello

Il cartamodello è un disegno di precisione che richiede misure accurate, un ottimo uso delle proporzioni, una mano precisa e la capacità di immaginare l'effetto voluto in tre dimensioni. I vestiti molto sagomati e i capi su misura hanno una struttura logica e spesso hanno bisogno di imbottiture e rinforzi, per questo risultano meglio realizzati se si parte da un cartamodello, che viene di solito tracciato sulla base di un set di sagome

⁶⁵ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, p. 179.

di riferimento o attraverso specifici software che eseguono lo sviluppo delle taglie. Anche i capi attillati che strizzano o modellano il corpo devono essere prima tracciati su un cartamodello e poi rimodellati su una persona in carne e ossa.

Vi sono diversi approcci alla tecnica del cartamodello. A volte vengono fatte sviluppare delle sagome (chiamate anche basi o sagome campione) partendo da un insieme di misure, mentre alcuni utilizzano sagome standard. La sagoma è un modello di base costruito per vestire una figura specifica e interpretare o creare un nuovo modello. Di solito è fatta di cartoncino spesso o plastica, così da poter resistere al maggior numero possibile di applicazioni. Generalmente le sagome standard sono accompagnate dal relativo tessuto, così da permettere di verificarne la vestibilità e apportare le eventuali modifiche. I clienti delle case di moda hanno sempre a disposizione sagome personalizzate da cui ricavare ogni genere di vestito. Normalmente i campioni sono realizzati sulla taglia media delle modelle, una 38, a volte con delle aggiunte in lunghezza su schiena e gambe per adattarsi all'altezza delle indossatrici.

Generalmente il primo cartamodello viene sviluppato quando si è riusciti a definire in modo chiaro il capo da realizzare. Il modellista copia la sagoma ricalcandone il contorno e poi sovrappone le linee del capo da sviluppare. È fondamentale trasferire il maggior numero di dettagli possibili dalla sagoma di base al modello e ricordarsi di individuare il drittofilo.

Il modello a questo punto viene testato su un calicò o un tessuto di peso e struttura simili al materiale finale. Il primo campione realizzato in tessuto viene chiamato tela o *toile*⁶⁶, negli Stati Uniti invece viene chiamato *muslin* (mussola). A questo stadio spesso si sceglie di lavorare con materiale ecrù o bianco, allo scopo di vedere meglio il taglio o le dimensioni del modello. Davanti e dietro al corpino bisogna segnare in modo chiaro con linee dritte e lunghe a matita (nel caso dei tessuti) o con pennarelli (sulla maglieria) la lunghezza desiderata e le linee della vita e dei fianchi vanno segnate come riferimento per il fitting e le eventuali modifiche necessarie. Su ogni pezzo deve essere indicato il drittofilo, ovvero la linea parallela alla cimosa, mentre sulle maniche e sui pannelli delle gonne svasate di solito si segna il centro. Se il modello è destinato a un tessuto di tipo stampato o peloso, si indica la direzione dei motivi o del pelo con una freccia sul drittofilo. La lunghezza delle cuciture viene sempre allineata e controllata, segnando anche i margini di cucitura necessari. Le pince, la posizione delle tasche e delle

⁶⁶ Il nome deriva dal termine francese per il cotone leggero.

guarnizioni vengono indicate grazie a punteruoli o a punzoni e a volte le posizioni delle asole sono indicate da fori precisi fatti con il punteruolo. Per far sì che l'abito cada dritto, vengono segnate delle tacche perpendicolari all'orlo così da indicare il drittofilo sul corpino davanti e dietro. Inoltre, per evitare che durante l'assemblaggio i pezzi vengano capovolti, è fondamentale definire i punti di incontro delle cuciture, usando tacche singole sul davanti e tacche doppie sul didietro. Le tacche vengono usate anche per indicare la posizione di pince e cerniere o per rifilare margini curvi e tagli in sbieco. Vengono sempre indicate dimensioni, nome e numero dei pezzi da tagliare e il modello viene firmato, poi i pezzi vengono messi insieme al figurino in attesa dei passaggi successivi.

La tela viene fatta confezionare e indossare a un manichino o a un modello lasciando le cuciture aperte così da poter effettuare degli aggiustamenti. Si apportano ulteriori modifiche con una penna o un gessetto da sarto e si scrivono le istruzioni per far sistemare i dettagli direttamente sulla tela. Le linee si possono ridisegnare e poi trasferire sul cartamodello con una ruota da calco. Dato che il tessuto si muove e si allunga, bisogna modificare il modello in base a quello che si sta usando, in particolare quando si tratta di jersey o abiti con stili drappeggiati⁶⁷.

4.4.2 Il drappeggio

Drappeggiare significa vestire il manichino o il modello in carne e ossa con un tessuto, sagomandolo come il capo che si vuole realizzare. Una volta raggiunta la forma desiderata, la tela viene rimossa e copiata su un modello di carta. I tessuti in jersey e morbidi sono quelli che rendono meglio quando si parla di tecniche di drappeggio, che servono inoltre per lavorare con tessuti "in sbieco" facendo sì che la stoffa si modelli sul corpo e si muova naturalmente. Si può scegliere di drappeggiare il tessuto stretto intorno al corpo e fermarlo con punti invisibili, oppure di lasciarlo cadere liberamente. È preferibile usare un manichino, in quanto con i modelli in carne e ossa c'è bisogno di molto tempo per ottenere l'effetto desiderato. Per la riuscita di questa tecnica, è fondamentale lavorare con il peso e l'elasticità giusti in base al materiale impiegato, dato che un tessuto drappeggiato in sbieco si allunga e si comporta in modo diverso rispetto allo stesso tessuto drappeggiato rispettando il drittofilo.

⁶⁷ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, pp. 180-187.

Per iniziare, nella tecnica del drappeggio si segna il drittofilo della tela con pennarelli di colori diversi. In seguito si appunta il tessuto con uno spillo al centro del corpino davanti (o dietro) del manichino e si sistema la scollatura. La cucitura della spalla viene fissata con uno spillo, poi vengono fissati i pezzi laterali e viene tagliata la zona del giromanica. A questo punto si possono apportare correzioni, risistemare le increspature, spostare le cuciture, le pinces, le pieghe, ecc. oppure aggiungere tessuto dove ve n'è bisogno. Quando il capo ha l'aspetto desiderato, si procede a segnare collo, giromanica, vita, centro del petto e della schiena con una matita o un pennarello. A questo punto viene tolta la stoffa del manichino e si trasferiscono su carta tutti i segni riportati, per poi allineare tutti gli orli e le curve. Si segna il centro del corpino, la linea delle spalle, le cuciture, i giromanica e si tagliano i pezzi in più, poi si controlla il drittofilo e le linee abbozzate con l'aiuto di righelli o del curvilineo. A questo punto si ripassa tutto con una ruota da ricalco per riportare i pezzi sulla carta da modello. Data la particolare forma degli stili drappeggiati, bisogna evidenziare bene gli orli superiori e inferiori e segnare molte tacche e frecce per indicare la direzione delle pieghe. Quando il modello ha raggiunto l'aspetto voluto ed è stato fissato in modo provvisorio, deve essere fatto indossare a qualcuno, questo perché spesso i drappeggi cadono male e si rovinano appena la persona si muove. Inoltre è fondamentale cucire il capo il prima possibile, per evitare il rischio di dimenticarsi qual'era l'effetto finale desiderato.

Nella realizzazione dei cartamodelli successivi al drappeggio, è fondamentale essere precisi nella copia finale⁶⁸.

⁶⁸ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, pp. 187-190.



Figura 14: Drappeggio su manichino

Per far sì che un abito cada bene sul corpo, bisogna valutare la struttura del tessuto, ed è fondamentale individuare il drittofilo. Con questo termine, si indica la direzione del tessuto che corre parallelamente alla cimosa e ai fili dell'ordito. Spesso infatti, questi ultimi sono più robusti e tesi di quelli della trama e se i pezzi del modello vengono collocati rispettandone il senso, è più difficile che il capo finito si restringa. Seguendo la grana orizzontale invece, il tessuto si avvolge intorno al corpo. Ci sono tessuti con lo stesso numero e tipo di fili sia nell'ordito che nella trama, e questo è l'unico caso in cui è possibile sistemare le parti del modello in entrambe le direzioni. I tessuti di maglia non hanno drittofilo, ma si allungano di più nel senso della larghezza che della lunghezza, quindi si mantiene la stessa regola. In quasi tutti i capi, per far sì che questi cadano dritti il centro del davanti e del dietro deve rispettare il drittofilo.

Lo sbieco invece è la diagonale del tessuto. Il tessuto tagliato in sbieco è più elastico e conferisce vivacità e drappeggio al capo, creando svasature, rigonfiamenti e

arricciature di grande effetto se lasciato più abbondante, mentre si sagoma attorno alla figura come una maglia se viene tagliato aderente al corpo. Il disegno per il taglio in sbieco è difficile, soprattutto perché tessuti e armature diverse si comportano in modi inattesi. Tessuti straordinari se tagliati di sbieco sono le sete, i tessuti trasparenti e i rasi, ma sono anche molto elastici e quindi difficili da maneggiare. Inoltre con il taglio di sbieco vi è uno scarto di materiale maggiore, quindi bisogna fare molta attenzione alle quantità dei tessuti che si devono adoperare. Dato che è difficile applicare chiusure lampo e asole nelle cuciture elastiche, il taglio di sbieco viene spesso usato per stili che non le richiedono. Per avere un maggior controllo, si taglia il capo in un solo strato e si fermano le parti del cartamodello con dei pesetti al posto delle spille. Quando si praticano le cuciture verticali, si segue il senso della forza di gravità e si cuce dalla linea del collo fino all'orlo, mentre per le cuciture orizzontali e i colli si procede dal centro verso l'esterno. Bisogna inoltre prevedere uno scarto maggiore per le cuciture in quanto, anche se i bordi dei tagli in sbieco non si sfilacciano, tendono però a distendersi. Si possono mescolare tagli in sbieco e dritti in uno stesso capo allo scopo di ottenere effetti interessanti, lavorando però molto sulla forma del vestito per tenere sotto controllo l'effetto della forza di gravità sui materiali usati⁶⁹.

Nel caso si scelga un tessuto peloso invece, bisogna prestare estrema attenzione alla direzione della superficie. Questi tipi di tessuti infatti, o presentano uno strato di pelo che si percepisce morbido in un senso e ruvido nell'altro, oppure presentano disegni la cui direzione è chiaramente visibile e bisogna far sì che questi vengano tagliati in modo che i motivi siano tutti rivolti nella stessa direzione.

4.5 Tagliare il campione

Una volta che la tela è definitiva e sono stati apportati i cambiamenti necessari al cartamodello, si può tagliare il campione nella stoffa prescelta. Bisogna prestare attenzione nel caso di fantasie e tessuti a scacchi per accertarsi che l'effetto finale sia gradevole, mentre per alcuni tessuti (come il velluto a coste), bisogna accertarsi che venga steso in una sola direzione, dato che hanno un verso che fa sì che il materiale si scurisca. I pezzi del modello vengono tratteggiati con una matita o un gessetto e le posizioni delle pinces e delle tasche vengono segnate con dei buchi nel modello. Campioni e tele sono ritagliati a mano con le forbici, usando tutta la lunghezza della

⁶⁹ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, pp. 190-191.

lama, facendo attenzione a non sollevare il tessuto. I tessuti di rinforzo come paramonture, telette e guarnizioni termoadesive da incorporare al capo finito, vengono tagliate e accoppiate alle parti a cui vanno applicate. A questo punto, i pezzi di tessuto vengono arrotolati e legati con una striscia di materiale di scarto, insieme a cerniere e rifiniture, pronte per essere assemblati⁷⁰.

4.6 Cucire

Per quanto riguarda il cucito, c'è da dire che certe tecniche sono associate ai livelli di produzione. L'alta moda, dato l'uso di tessuti delicati e costosi, esige la manodopera di sarti esperti, anche in via dell'elevato numero di rifiniture a mano, bordi e fodere. Nel caso di mercati meno prestigiosi, il lavoro manuale invece si utilizza di rado.

Esistono diversi tipi di aghi, e usare quello giusto è fondamentale. Gli aghi a punta conica sono usati per tutti i tessuti a telaio, gli aghi a punta arrotondata invece, sono usati per i tessuti a maglia. Gli aghi universali sono aghi arrotondati modificati e sono i più versatili, dato che possono essere utilizzati con entrambi i tipi di materiale. Tutti questi tipi di aghi sono disponibili in una serie di misure che vanno dai più fini ai più grandi e più sottile è il tessuto, più fine dovrà essere l'ago. Nel caso di tessuti difficili si usano aghi speciali, come il *microtex* nel caso della lavorazione della microfibra, rivestito di teflon allo scopo di prevenire l'elettricità statica, che farebbe attaccare il filo all'ago facendo così saltare i punti. Nel caso del ricamo, si usano aghi con crune più larghe allo scopo di ridurre la frizione sui fili di seta più fragili e su quelli metallici. Gli aghi per la pelle invece sono caratterizzati da una punta a sezione triangolare, allo scopo di penetrare nel materiale senza creare fori molto grandi.

Per quanto riguarda la scelta del filo, è importante utilizzare la stessa fibra del capo da cucire. Nel caso non sia possibile, si sceglie generalmente un filo di misto cotone/poliestere⁷¹.

4.7 La sartoria

Il cucito è il punto di partenza delle tecniche di sartoria, che ne rappresentano un'estensione. Vengono usate più spesso nell'abbigliamento classico da uomo o da donna e rappresentano un metodo per combinare e modellare i tessuti allo scopo di creare la forma desiderata, con una combinazione di imbottitura, cucitura e stiratura.

⁷⁰ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, p. 192.

⁷¹ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, pp. 192-197.

Allo scopo di offrire maggiore comodità, si aggiungono tessuti di rinforzo e fodere ed essendo richiesto un grande lavoro manuale e cura nei dettagli, il prezzo dei capi confezionati con queste tecniche è più alto della media. Questo tipo di tecniche è adatto alla lavorazione dei tessuti di lana e ai pettinati⁷², data la loro particolare flessibilità, ma si possono applicare ai tessuti più svariati, dal lino al broccato. Una giacca prodotta con queste tecniche può avere fino a 40 o 50 pezzi da montare, e questo fa sì che vi siano grandi variazioni di prezzo a seconda delle tecniche usate al momento del confezionamento. Un completo classico prodotto nelle sartorie napoletane più famose può arrivare a superare i 5.000 euro, mentre il completo di uno stilista di marca si aggira intorno ai 2.500 euro. La maggior parte dei completi tuttavia viene venduta nei grandi magazzini e nelle catene a prezzi che si aggirano intorno dai 600 ai 900 euro, mentre i completi preconfezionati partono generalmente dai 250 euro per arrivare ai 600. I completi di fascia media vengono realizzati a macchina e per questo sono chiamati *demi-measure*, come a dire “su misura per metà”.

Si parte prendendo le misure del cliente, a mano o con lo scanner 3D e si modificano le basi per adattarle alle proprie esigenze. Si procede poi al taglio di un solo capo, che viene lavorato con un metodo semi-automatizzato, per poi stirarlo nelle dimensioni desiderate. I completi di fascia più bassa, allo scopo di ridurre il più possibile il lavoro manuale, sono prodotti in serie e nelle taglie standard mediante l'utilizzo dei macchinari CAD/CAM, cucitrici automatiche e rinforzi in teletta termoadesiva.

Negli ultimi trent'anni, la crescita nell'abbigliamento maschile casual e sportivo ha portato a un abbassamento dei prezzi nel settore sartoriale e una rilevante accelerazione nei tempi di produzione dei capi. Un completo su misura richiede numerose prove, dozzine di operazioni di cucito diverse e a volte occorrono fino a quattro mesi prima della consegna. Per la prima prova il capo viene imbastito dal sarto, permettendogli così di apportare le correzioni necessarie per poi cucire l'abito unendo il lavoro a mano con quello a macchina. Un tempo, le asole cucite a mano costituivano

⁷² Tessuti pettinati: la pettinatura o parallelizzazione è una fase di lavorazione nel ciclo della filatura. Consiste nell'ordinare le fibre tessili dopo che sono state cardate. Si applica al nastro cardato, per fibre lunghe, principalmente di cotone e lana. La pettinatura ha due scopi:

- selezione della lunghezza delle fibre, con l'eliminazione di quelle corte;
- orientamento delle fibre in una direzione, nel senso della lunghezza del nastro, quella in cui si costruirà il filo.

Applicando la pettinatura si ottiene un filato, chiamato pettinato, di alta qualità, con poca peluria, adatto alla realizzazione di tessuti pregiati detti appunto pettinati, di mano asciutta e liscia come la gabardina o il fresco lana. Cfr. <https://it.wikipedia.org/wiki/Pettinatura>.

segno distintivo di un abito di qualità, oggi però le catene di montaggio a cottimo sono molto diffuse e si sta assistendo alla scomparsa delle abilità sartoriali. Allo stesso tempo si è visto un aumento della cosiddetta “sartoria rapida”, tipica della produzione asiatica. A Hong Kong e a Bangkok per esempio, un uomo d'affari può farsi fare un completo su misura (di solito con due paia di pantaloni), in ventiquattro ore. Le modifiche dettate dalla moda inoltre, come l'altezza dei risvolti e la posizione della cintura, hanno portato a un netto calo della domanda di capi come questi, destinati a durare.

Nell'ultimo decennio è emerso un atteggiamento rilassato nei confronti dei codici dell'abbigliamento sul lavoro, che ha portato ad ammorbidire lo stile e la costruzione del completo classico da uomo e dopo un'epoca di sobrietà si è visto l'emergere di materiali e dettagli fantasiosi. Inoltre, una certa comodità degli abiti è sempre più ricercata e si è visto un aumento dell'utilizzo di tessuti flessibili e lavabili, rifiniture sintetiche ed elasticizzate, con una minore quantità di imbottiture⁷³.

4.8 Merceria e passamaneria

Rifiniture dei capi e guarnizioni sono classificate come articoli di merceria, mentre elastici, spighette, fiocchi e frange vengono definiti anche “passamaneria”. In questo campo le tendenze variano con le mode e rivestono cruciale importanza per l'aspetto e la vestibilità degli indumenti, soprattutto visto che le guarnizioni possono determinare il successo o l'insuccesso di un abito e vanno scelte con estrema cura.

I bottoni sono gli articoli di merceria più usati e dimensioni, qualità e numero hanno un effetto determinante sul modello, mentre per i capi più aderenti e per i pantaloni, l'allacciatura più efficace è la cerniera lampo. L'invenzione di quest'ultima risale a fine '800, ma fu solo nel 1912 che iniziarono ad apparire i primi modelli funzionali⁷⁴. Divenne molto popolare negli anni '60, quando venne reso possibile tingere quelle di nylon per abbinarle ai vari capi. Generalmente sono nascoste dietro una cucitura o una tasca ma a volte la moda le preferisce bene in vista, mentre nei jeans sono spesso abbinati a rivetti e bottoni di metallo. Per quanto riguarda il velcro, è un articolo che è stato introdotto inizialmente nell'abbigliamento da sci, mentre ora è ampiamente diffuso nei capi sportivi, nell'abbigliamento per bambini e nelle scarpe⁷⁵.

⁷³ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, pp. 198-200.

⁷⁴ Cfr. AZZALI, *op. cit.*, p. 220.

⁷⁵ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, pp. 200-203.

4.9 Fitting e presentazione dei capi

Presentare in modo riuscito un capo dipende dal fitting, cioè gli ultimi ritocchi apportati mentre lo si fa indossare a un modello in carne e ossa allo scopo di dargli la forma definitiva, stringendo e allentando se necessario. Cuciture, pinces e risvolti spesso devono essere stirati a vapore quando si assembla il capo e questa operazione viene definita fissaggio. Stiramaniche, rotoli e cuscinetti vengono usati per conferire elasticità e curvatura alle varie parti, stirandole a vapore per tutta la lunghezza, senza lasciare segni. I completi possono essere stirati a vapore sul manichino, mentre asole profilate, tasche a filetto, orli e cuciture devono essere appiattiti bene allo scopo di ottenere bordi nitidi e dritti. Punte dei colletti, polsini, tasche applicate, angoli in rilievo e cinture devono invece essere posizionati correttamente utilizzando la punta del ferro. Bottoni e guarnizioni devono essere trattati con riguardo durante questa fase e si usa il vapore per “sprimacciare” i capi in maglia. Valutare la posizione delle pieghe dei pantaloni è fondamentale, mentre per l’abbigliamento casual e sportivo si punta sempre a ottenere un aspetto naturale, evitando quindi di fare le pieghe a maglioni e camicie. Per i materiali che si sgualciscono facilmente come il lino o il cotone, l’operazione di fissaggio è fondamentale per far sì che i capi acquistino un aspetto finito, mentre per il nylon e alcuni tessuti sintetici, caratterizzati da una bassa soglia di resistenza al calore, certi trattamenti sono da evitare per far sì che non si brucino. Per rifinire i tessuti, a volte bisogna spruzzare amido, silicone o un materiale impermeabilizzante.

Una volta che i capi sono stati stirati, vengono fatti indossare ai modelli, a cui viene chiesto di muoversi o sedersi liberamente e viene chiesto un giudizio sulla vestibilità e sulla comodità degli abiti in questione.

L’abbigliamento da giorno viene solitamente concepito in modo da fornire ampia libertà di movimento, mentre gli abiti da sera generalmente vengono fatti provare a più modelle per poter controllare il décolleté e verificare che non vi siano eventuali scivolamenti indesiderati. Anche gli stili drappeggiati, come abbiamo visto in precedenza, devono essere visti in movimento e non di rado richiedono diverse modifiche allo scopo di fissare le pieghe.

Quando lo stilista si riterrà soddisfatto e avrà apportato tutte le modifiche necessarie, il capo può venire appeso, coperto ed etichettato⁷⁶.

⁷⁶ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, pp. 203-204.

5. Dalla produzione al mercato

Avendo analizzato il processo creativo e quello tecnico che si collocano dietro un capo di abbigliamento, ora verrà analizzato il funzionamento della produzione e del mercato attuale e per far ciò, è importante analizzare il background storico di questo sistema produttivo.

5.1 Background storico

La fabbricazione in serie degli abiti è stata resa possibile a partire dall'invenzione della macchina da cucire nel 1851 e in principio fu destinata a vestiti da uomo e uniformi militari. L'invenzione iniziò a svolgere un ruolo determinante a partire dal 1859, con l'introduzione della macchina da cucire a pedale di Isaac Singer, sia nell'ambiente domestico che nelle fabbriche⁷⁷. Nelle industrie⁷⁸ divenne subito evidente che, se veniva insegnato ad un operario a realizzare solo una o due parti del capo, i tempi di realizzazione diminuivano nettamente visto che il pezzo poteva passare speditamente alla fase di produzione seguente. Questo metodo di lavoro è noto come produzione a *cottimo* o a *sezione*, ed è ancora oggi il sistema di produzione più diffuso. La comparsa delle macchine da cucire elettriche nel 1921, portò a un enorme incremento della produzione di abbigliamento femminile e si permise così, ai negozi tradizionali, di fornire la stessa linea in tutto il paese. Capi uguali e finiture perfette portarono, per la prima volta, il termine "home made" (fatto in casa) ad avere una valenza negativa.

La Seconda guerra mondiale portò alla riconversione per scopi militari di tutti gli apparati di produzione europei, facendo sì che le fabbriche più grandi venissero sovvenzionate e organizzate dal governo per ottimizzare il rendimento. A guerra finita questi impianti si ritrovarono in una posizione preminente che permise loro di continuare a produrre in grandi quantità, portando invece grandi difficoltà a fabbriche più piccole oppure persino al fallimento. Il Regno Unito, si ritrovò con fabbriche pensate per produrre ingenti quantità di capi di media qualità, mentre in Italia e Francia, gli aiuti finanziari di Stati Uniti e del Mercato Comune spinsero alla crescita di aziende a conduzione familiare e piccole imprese, creando così una rete di produttori di alta qualità.

⁷⁷ Guido VERGANI, *Dizionario della moda*, Milano, Baldini Castoldi Dalai, 2010, cit. p. 719.

⁷⁸ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, p. 70.

5.2 La produzione oggi

I sistemi computerizzati hanno permesso negli ultimi anni di effettuare cambiamenti sostanziali nella produzione, soprattutto nel taglio dei modelli e nei metodi di organizzazione della distribuzione e della vendita.

Ad esempio, nella fascia più bassa del mercato, le tecnologie moderne permettono di tagliare, montare e cucire un abito in circa novanta minuti, in opposizione ai tre giorni necessari per le stesse operazioni se effettuate con tecniche sartoriali.

L'accelerazione di numerosi piccoli processi ha permesso all'industria di rispondere prontamente alle richieste del mercato, con uno strumento che è stato definito produzione Just In Time (JIT), ossia "pronta consegna". Negli anni '90, molti dei maggiori fornitori americani hanno collaborato con le catene di negozi per lanciare la tecnologia EPOS (Electronic Point of Sales, ovvero "Punti vendita elettronici"). Usando il codice di prodotto universale (UPC) – un sistema di codice a barre che identifica stile, misura e colore- si è in grado di conoscere in tempo reale le vendite e sostituire o spostare le merci rapidamente e in modo più efficiente. Dati più precisi consentono inoltre di poter pianificare meglio il giro d'acquisti successivo⁷⁹.

I negozi quindi, sono meno disposti a investire in grandi stock e preferiscono produttori in grado di fornir loro le merci in modo veloce o in conto deposito e con clausole di concessione meno rischiose.

Generalmente nel mercato, il tempo che intercorre tra l'ordine e la distribuzione nei negozi è di circa dieci settimane. Questo periodo però si può ridurre se il tessuto è disponibile in magazzino e la fabbrica effettua consegne di piccole quantità o di un numero di pacchi preordinato alla volta, invece di attendere l'intero ordine⁸⁰.

5.3 Segmentazione dell'industria

L'industria della moda è generalmente divisa in settori volti a facilitare la produzione, la creazione e la definizione dei prezzi. Si considerano tre grandi categorie: abbigliamento femminile, abbigliamento maschile e abbigliamento da bambino. I progressi tecnologici (con il conseguente mutamento della produzione) e i cambiamenti culturali (che bisogna tenere in considerazione nell'identificazione dei mercati target) però, stanno portando a un'ulteriore frammentazione.

L'abbigliamento femminile è il settore più vasto: il 75% delle aziende ne fanno parte e occupa il 57% del mercato. E' caratterizzato da una concorrenza altissima e da

⁷⁹ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, p. 71.

⁸⁰ *Ibidem*.

un continuo ricambio di personale, sia per quanto riguarda gli stilisti che per i responsabili del marketing. Le mode in questo settore cambiano velocemente e le produzioni JIT e QR (Just in Time e Quick Response) sono in continua crescita rispetto agli altri due settori.

L'abbigliamento maschile occupa il 24% del mercato. E' il settore che più sta sperimentando un periodo di mutamento ed è in forte espansione. Da notare il forte cambiamento nelle preferenze di acquisto, dove gli uomini fino al XX secolo hanno puntato sull'acquisto di abiti classici, che rappresentavano circa la metà degli acquisti maschili in fatto di abbigliamento, al giorno d'oggi invece si dedicano sempre più all'acquisto di capi comodi e casual alla moda. Gli stilisti americani sono eccezionali nello stile sportivo e casual, e hanno fatto sì che la distinzione fra abbigliamento formale per l'ufficio e informale per il tempo libero diventasse sempre più labile. Questo settore dell'abbigliamento è caratterizzato da cambiamenti meno veloci nella silhouette e nei tessuti, ma con grande cura per i particolari, le rifiniture e forti strategie di vendita incentrate sulla brandizzazione⁸¹.

L'abbigliamento per bambini è il settore di minori dimensioni all'interno dell'industria della moda, ed è diviso in fasce d'età e di taglia, con priorità variano in base alle diverse esigenze che si manifestano durante la crescita del bambino. Si tende sempre più a puntare verso una direzione casual, con una diminuzione delle domanda di abbigliamento formale. I bambini si dimostrano sempre più precoci nel riconoscere e seguire la moda e i marchi in voga, mentre i genitori chiedono abiti sicuri, adattabili a diversi contesti e che siano di lunga durata. Tutto questo ha portato gli esperti di marketing a sfruttare la forza del potere di acquisto di genitori e bambini per ampliare la produzione di molti marchi verso linee specifiche per neonati e bambini⁸².

5.4 Le tipologie di produttori

Indipendentemente dal settore di mercato a cui ci si vuole rivolgere, è fondamentale che stilista e modellista siano ben consci delle risorse disponibili e di come possono agire i produttori nei limiti delle risorse umane, tecnologiche ed economiche disponibili. All'interno di questa industria vi sono tre grandi categorie di produttori:

⁸¹ Brandizzazione: la trasformazione di qualcosa in un marchio commerciale. (Consultato il 14-03-16), disponibile all'indirizzo [http://www.treccani.it/vocabolario/brandizzazione_\(Neologismi\)/](http://www.treccani.it/vocabolario/brandizzazione_(Neologismi)/).

⁸² Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.* pp. 72-74.

- i produttori industriali, sono conosciuti anche come produttori verticali e si occupano di quasi tutte le operazioni della catena, dall'acquisto dei tessuti alla realizzazione o all'acquisto dei disegni, fino al confezionamento dei capi, della vendita e della distribuzione del prodotto finito. Questo metodo garantisce un buon controllo qualità e l'esclusività del marchio, ma ha dei costi molto alti. Generalmente questo tipo di aziende è specializzato nella fornitura di abiti classici o alla moda per i principali negozi o le catene. Di solito si occupano di trattare merci all'ingrosso, anche se qualche volta possono sviluppare dei punti vendita al dettaglio e a volte riescono a crescere fino a raggiungere discrete dimensioni, ma la maggior parte ha un giro d'affari limitato e fa affidamento sul talento di stilisti orientati all'artigianato. Le case d'alta moda e le sartorie che realizzano i loro prodotti in azienda sono classificabili all'interno di questo gruppo. Gli abiti sono considerati dei "pezzi unici" e spesso hanno bisogno di vari adattamenti, e questo rende necessaria una collaborazione continua tra stilista, tagliatore e operai alle macchine. Di conseguenza la produzione viene prezzata in base al fatto di esser limitata a quello che è possibile produrre con una ridotta ma qualificata forza lavoro. Spesso i macchinari speciali che servono per le rifiniture, le pieghettature, i ricami e le asole sono subappaltati;
- i grossisti, in Europa sono identificati anche tramite il termine *jobber*. All'interno di questo gruppo vengono inserite le aziende che, nonostante producano disegni, acquistino materiali, pianifichino il taglio, la consegna e la vendita, nei fatti non realizzano gli abiti. E' un sistema in cui si inseriscono molte aziende d'alta moda, e permette loro la flessibilità di realizzare abiti innovativi in produzioni di piccola dimensione, subappaltando il lavoro a unità esterne chiamate CMT⁸³. I grossisti hanno bassi costi salariali e sono privi dei tipici problemi ai macchinari che caratterizzano le produzioni industriali, quindi i prezzi alti dei loro abiti sono attribuibili a elevate spese pubblicitarie, sfilate, fiere e sedi eleganti;
- gli appaltatori, questa categoria è molto vasta e comprende dagli operatori affermati su larga scala, ai laboratori di medie dimensioni chiamati CMT, fino al singolo lavoratore a domicilio. Generalmente i grandi produttori in appalto sono

⁸³ CMT è l'acronimo di Cut, Make and Trim, e sta ad indicare laboratori di medie dimensioni che offrono servizi di taglio, confezione e guarnizione. (Consultato il 28-03-16), disponibile all'indirizzo <https://qualityinspection.org/cmt-cut-make-trim/>.

situati in zone industriali per essere in una posizione favorevole alla distribuzione delle merci. Hanno a disposizione team di stilisti che lavorano a un progetto stabilito dai punti vendita che riforniscono e sono responsabili di tutti gli aspetti della produzione, dalla realizzazione dei modelli alle rifiniture, e si occupano anche della confezione e della consegna. Non realizzano collezioni, ma piccole serie create intorno a una silhouette, un tessuto o in base alla domanda di mercato percepita. I team di stilisti generalmente producono un gran numero di modelli che vengono poi testati sul mercato nei negozi monomarca, quelli che ottengono successo vengono poi scelti dai selezionati del negozio o dai *merchandiser*⁸⁴. I modelli diventano così un'esclusiva del negozio che li ha scelti e vengono completati con l'etichetta del negozio stesso. In questo caso gli appaltatori si fanno carico dei rischi riguardanti il modello e la produzione, ma non quelli che riguardano le mancate vendite. Le CMT invece, sono di solito aziende di piccole o medie dimensioni a conduzione familiare, vengono spesso subappaltate da produttori più grandi nei periodi di maggior lavoro, ma capita che lavorino anche per stilisti indipendenti. Generalmente si occupano di cucire, rifinire, stirare, appendere e imbustare o inscatolare le merci. Alle volte sono specializzate in particolari aree, come la lingerie, o possiedono macchinari speciali. Queste aziende non si assumono il rischio della creazione di abiti o delle vendite e spesso se hanno troppo lavoro si avvalgono di collaboratori esterni, generalmente donne esperte che adibiscono parte della loro casa a laboratorio. Nel caso degli stilisti indipendenti, loro forniscono alle CMT stoffa, filo e guarnizioni e concordano insieme il lavoro di cucitura⁸⁵.

5.5 Produzione estera e supply chain

La produzione *off-shore* è molto usata dai grossisti al giorno d'oggi, data la presenza di manodopera economica in Estremo Oriente e in altre aree caratterizzate dalla presenza di industrie sovvenzionate e bassi salari. Le aziende assumono agenzie e broker per gestire la produzione e assicurarsi che gli standard generali e i tempi di produzione siano rispettati. Tuttavia, l'esternalizzazione del lavoro è largamente disapprovata e molti consumatori non ritengono corretto che le aziende più famose facciano realizzare i

⁸⁴ Merchandiser: responsabile dell'allestimento della merce all'interno di un punto vendita. (Consultato il 28-03-16), disponibile all'indirizzo <http://www.garzantilinguistica.it/ricerca/?q=merchandiser>.

⁸⁵ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, pp. 74-78.

propri capi da manodopera sfruttata. Questo tipo di politiche d'impiego da parte dei produttori ha portato a una serie di boicottaggi e proteste, e di conseguenza sono state create quote di commercio ed embarghi per alcune merci. Parlando di produzione *offshore* di *prêt-à-porter*⁸⁶, Hong Kong è stata il primo luogo (a inizio anni '90) al quale europei ed americani si sono rivolti (probabilmente in quanto ai tempi era ancora colonia britannica ed era quindi più aperta al commercio con i paesi occidentali) e questo ha portato la regione amministrativa speciale cinese a diventare il secondo esportatore di abiti dopo l'Italia. Al giorno d'oggi, vista la così vasta presenza di aziende nel mercato, la parola d'ordine nella produzione è la tempestività. La richiesta di nuovi capi è così grande che questi devono arrivare sul mercato nel minor tempo possibile e

i produttori in Cina, Taiwan e Corea riescono a rispondere con qualità, velocità e organizzazione tecnologica. Dagli agenti di Hong Kong le aziende di moda americane si aspettano un tempo di rotazione di circa 1.000 ore – da quando viene riconosciuto un nuovo stile alla consegna di circa 10.000 capi – e il tutto da 15.000 km di distanza⁸⁷.

Data la propensione mondiale per questo tipo di produzione *offshore*, ormai le attività di design, sviluppo e marketing del prodotto sono generalmente separate dalla parte di fabbricazione. Materie prime, guarnizioni, merci e specifiche tecniche fanno avanti e indietro tra diverse zone del mondo per essere sottoposte ai vari processi. Questo movimento di beni e servizi e la serie di processi e lavorazioni che un articolo deve attraversare prima di arrivare al negozio viene chiamato *supply chain*, in italiano catena di distribuzione. Internet, grazie agli *e-commerce* e alle reti *business-to-business* (B2B⁸⁸) ha permesso l'accelerazione della catena, rendendo possibili comunicare in modo istantaneo ordini e modelli di abbigliamento grazie allo scambio elettronico dei dati (EDI)⁸⁹. Ci si collega a un sistema intranet di gestione delle merci in rete (*Stock Keeping Unit*, SKU⁹⁰) e così i dati dei codici a barre e i movimenti dei prodotti vengono

⁸⁶ Prêt-à-porter: capo di abbigliamento firmato da uno stilista, che può essere confezionato in serie in un'ampia gamma di taglie | Settore della moda che produce tali capi. Nicola ZINGARELLI, *Vocabolario della lingua italiana*, Bologna, Zanichelli, 2005, cit. p. 1401.

⁸⁷ JENKYN JONES, *op. cit.*, p. 77.

⁸⁸ B2B: Acronimo utilizzato per le transazioni in rete tra professionisti. (Consultato il 28-03-16), disponibile all'indirizzo <http://www.sostrader.it/sostrader/didattica2.cfm?id=47>.

⁸⁹ Electronic Data Interchange (EDI): è l'interscambio di dati tra sistemi informativi, attraverso un canale dedicato ed in un formato definito in modo da non richiedere intervento umano salvo in casi eccezionali. (Consultato il 28-03-16), disponibile all'indirizzo https://it.wikipedia.org/wiki/Electronic_Data_Interchange.

⁹⁰ Stock Keeping Unit, SKU: il codice numerico di prodotto assegnato a ogni singola merce, di solito in forma di codice a barre, per permetterne la tracciabilità, la gestione in magazzino e le vendite. JENKYN JONES, *op. cit.*, p. 258.

aggiornati in modo automatico e condivisi in tempo reale da tutte le parti coinvolte. Questo sistema ha portato alla nascita del fenomeno della moda Quick Response, in cui si riesce a determinare rapidamente i modelli e gli stili che catturano l'attenzione del consumatore e quindi avviarli alla produzione per offrire una consegna rapida. Questi fattori hanno anche portato alla nascita del cosiddetto fenomeno del "flusso inverso", dove in pratica i produttori, quando richiedono determinati prodotti a prezzi specifici, se non riescono ad ottenerli dai loro soliti fornitori, organizzano essi stessi la produzione per offrire al consumatore ciò che lui è più desideroso di acquistare, il tutto a prezzi competitivi. L'espressione *push v. pull* è spesso utilizzata per indicare questi movimenti: traducibile con "spinta vs. attrazione", indica due strategie di marketing e di supply chain dove, nei secoli passati ha dominato la strategia di "spinta" in cui erano i produttori a controllare e creare i beni, mentre per il futuro si prevede per il consumatore una disponibilità e un controllo sempre maggiori su prodotti personalizzati e realizzati su richiesta. Aziende di abbigliamento come Zara sono le pioniere di questo tipo di strategia di mercato, riuscendo a produrre articoli nuovi nel giro di una settimana per soddisfare i bisogni dei clienti⁹¹.

5.6 L'e-commerce

Il commercio via Internet, si può dire sia iniziato negli anni '80 con il sistema del punto vendita elettronico (EPOS⁹²) per i rivenditori. I dati EPOS registrano il costo e la quantità degli articoli gestiti a magazzino che sono stati venduti e grazie alle carte di credito oggi è possibile verificare anche a chi e quando è stata fatta la vendita. Questi dati permettono alle aziende più piccole di capire su che stili concentrarsi per riscuotere maggior successo e di prevedere ciò che sarà più gradito alla clientela. Dato che qualità come la mano, la vestibilità e il colore sono difficili da veicolare online, inizialmente l'industria della moda ha diffidato nell'utilizzo di queste tecnologie, ma al giorno d'oggi sono pochi i marchi, compresi i negozi di alto consumo, ad esser privi di un sito web per la vendita diretta ai consumatori.

Esistono due canali nell'e-commerce: il business-to-business (B2B) e il business-to-consumer (B2C) e gran parte delle imprese opera in entrambi i canali.

⁹¹ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, pp. 77-78.

⁹² Electronic Point Of Sale (EPOS): in italiano è traducibile con "punti vendita elettronici", è il termine utilizzato quando la cassa è collegata a una rete di computer, spesso grazie a una sistema di codici a barre.

Comunque, quando si parla di e-commerce, non si intende solamente il mantenimento in attivo di un sito web, ma anche tutta la serie di operazioni che in passato erano svolte in forma cartacea B2B e che ora sono passate in formato elettronico, portando a un'evasione degli ordini più efficiente e rapida. I sistemi ERP (*Enterprise Resource Planning*) sono software che riuniscono tutte le funzioni finanziarie, manageriali e di design di un'azienda in un singolo database per la gestione quotidiana, e insieme al sistema di software PLM⁹³ hanno portato a un'imponente riconfigurazione di molti aspetti del settore commerciale sotto forma di e-commerce. Il database ERP coordina le attività commerciali più disparate, dagli ordini di stoffe alla pianificazione della catena di distribuzione, acquisti e vendite, previsioni di tendenza, marketing, contabilità e tasse, gestione dei magazzini ecc ecc. I sistemi PLM invece vengono utilizzati all'interno dell'ERP per pianificare aspetti specifici e sincronizzare i programmi di produzione, tenendo in considerazione il *docket*⁹⁴ e i singoli articoli⁹⁵.

5.7 La segmentazione del mercato

Nella vendita al dettaglio, i manager deducono il profilo del cliente target contando e osservando chi entra in negozio. Grazie allo sviluppo dei punti vendita elettronici (EPOS) permise l'individuazione e il rifornimento degli articoli che andavano bene, il ritiro delle merci che vendevano poco e un rifornimento molto rapido delle taglie in esaurimento. A questo tipo di feedback è stato dato il nome di *matrix marketing*.

I rendimenti dei punti vendita al dettaglio, le analisi di mercato, le condizioni economiche e i censimenti nazionali permettono di ricavare statistiche che servono ad individuare le tendenze generali. Tra i fenomeni degli ultimi anni è da sottolineare come il casual stia soppiantando la vendita di completi e abiti classici, sia nel settore dell'abbigliamento maschile che in quello femminile; il declino del mercato dei jeans;

⁹³ Product Lifecycle Management (PLM) è traducibile con "gestione del ciclo di vita dei prodotti" ed è un sistema di gestione dei dati che permette di integrare dati, sistemi aziendali, processi e persone per dare vita a un'impresa estesa. Il software generalmente consente di gestire in modo efficiente e risparmiando denaro queste informazioni lungo il ciclo di vita del prodotto, dalla fase creativa, alla progettazione e poi dalla produzione all'assistenza e alla manutenzione post-vendita. (Consultato il 22-03-16), disponibile all'indirizzo <http://www.team3d.it/2010/11/26/cos%E2%80%99e-il-plm/>

⁹³ Il piazzamento è la disposizione di tutte le parti del modello che si intende produrre, tenendo conto delle varie taglie così da ottenere il minor spreco possibile di tessuto. Per eseguire un piazzamento, le informazioni fondamentali da ottenere sono l'altezza del tessuto e le caratteristiche del tessuto che si intende utilizzare. (Consultato il 22-03-16), disponibile all'indirizzo <http://www.modartech.com/speciali/modartech/progettazione/piazzamenti.html>

⁹⁴ Il docket è la conferma di un ordine da parte di uno stilista o di un negozio, e contiene una specifica del numero di capi richiesti nelle diverse taglie. JENKYN JONES, *op. cit.*, p. 75

⁹⁵ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, pp. 78-79.

l'aumento della richiesta di capi e scarpe di streetwear da parte degli adolescenti; una maggior consapevolezza del branding e della fidelizzazione del brand; l'allargamento delle taglie femminili.

Nell'identificazione dei mercati target, i fattori considerati significativi sono:

- età;
- sesso;
- demografia, permette di individuare gruppi socioeconomici ed etnici, livelli di reddito e modi di impiego del tempo libero all'interno di un determinato paese;
- lifestyle, lo stile di vita e i viaggi determinano gli abiti di cui la gente ha bisogno;
- caratteristiche fisiche, la taglia è correlata a fattori genetici che possono essere dominanti in determinate aree geografiche;
- psicografia, è una scienza che studia gli atteggiamenti verso la moda e cerca di capire l'atteggiamento delle persone nei confronti dell'abbigliamento e la velocità con cui adottano gli stili;
- classe sociale;
- comportamento sociale, il potere d'acquisto della gente è fortemente influenzato dai grandi cambiamenti sociali come l'incremento dei divorzi e la presenza di famiglie monogenitoriali;
- valori e atteggiamenti;
- condizioni economiche;
- religione, l'osservanza religiosa può influenzare l'acquisto di abiti vistosi o modesti presso certe comunità, o può implicare che in certe zone i negozi chiudano in certi giorni della settimana o per determinate festività.

Questi elementi influenzano gli esperti di merchandising, che così suddividono i capi in base a età, fasce socioeconomiche, stile di vita oppure in base alle case di moda⁹⁶.

5.8 Le tipologie di rivenditori

I *retailer*⁹⁷ considerati indipendenti sono generalmente formati da meno di dieci punti vendita. Generalmente si tratta di commercianti con un solo negozio o boutique. Rispetto alle catene più grandi risentono in misura maggiore dei costi di gestione e affitto e di solito sono focalizzati sulla moda femminile. Devono sostenere costi più

⁹⁶Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, pp. 80-82.

⁹⁷ Retailer: venditore al dettaglio, rivenditore. (Consultato il 29-03-16), disponibile all'indirizzo <http://www.garzantilinguistica.it/ricerca/?q=retailer>.

elevati e quindi, per far fronte alle spese, spesso mettono in vendita marchi o merce esclusiva.

Le catene, a volte sono specializzate in un solo segmento di mercato, altre invece forniscono un'ampia varietà di articoli. Creano un grosso giro d'affari dato che possiedono o affittano spesso spazi nel centro cittadino o nei centri commerciali più frequentati e possono sia acquistare all'ingrosso che creare merci con una propria etichetta. In questo tipo di negozi i clienti si aspettano di trovare capi di buona qualità a prezzi medi e le catene si impegnano a costruire la fidelizzazione del cliente al marchio tramite l'immagine, il logo e la pubblicità aziendale.

I grandi magazzini offrono una grande varietà di articoli distribuiti su più piani o reparti allo scopo di far rimanere il cliente al loro interno per il maggior tempo possibile. Questo tipo di negozio mette a disposizione dei clienti una vasta serie di prodotti e servizi extra quali bar, ristoranti e liste nozze, ma al giorno d'oggi devono superare un ostacolo legato al rinnovo dell'immagine e dell'atmosfera che sono considerate antiquate e poco amate dai consumatori più giovani.

Le concessioni sono spazi ceduti all'interno dei grandi magazzini a un venditore al dettaglio o a un produttore in cambio di una percentuale fissa sul giro d'affari. Colui che prende in concessione gli spazi deve fornire il personale per le vendite, gli impianti e le attrezzature ed è responsabile per il rifornimento della merce e del rinnovamento delle vetrine. È un sistema che funziona molto bene se si vuole lanciare una piccola azienda di accessori o cosmetici ed è spesso il modo più comune per i giovani stilisti di entrare nel mercato, valutando la reazione ai loro prodotti senza dover sostenere i costi di un negozio.

Il franchising invece, è un tipo di vendita al dettaglio decisamente a basso rischio. Generalmente l'azienda madre è affermata e si occupa di produzione e distribuzione degli articoli, pubblicità e allestimento delle vetrine e fornisce insegna e logo aziendali. Dietro il pagamento di una tassa iniziale e di ulteriori canoni futuri, il concessionario del contratto acquista il diritto di vendere le merci all'interno di una determinata area. L'azienda madre ottiene così una vasta distribuzione dei prodotti e una forte presenza sul mercato, senza dover gestire le vendite locali e il personale, il tutto in cambio di una piccola parte degli incassi.

Lo spaccio aziendale è un tipo di negozio nato a causa delle eccedenze e dei prodotti fallati che solitamente venivano offerti agli impiegati dell'azienda a prezzi ridotti. In seguito sono stati aperti al pubblico e a partire dagli anni '80 si sono diffusi

enormemente, dando vita a veri e propri “villaggi” dedicati a uno shopping di alta qualità ma a prezzi più contenuti. Solitamente, il cliente tipo di queste realtà appartiene a categorie socioeconomiche alte e dispone di un budget consistente.

Oltre ai tipi di rivenditori di cui abbiamo parlato sopra, bisogna citare la presenza nel mercato dei discount, dei mercati e della vendita per corrispondenza, sui quali non ci soffermeremo in quanto si rivolgono a target di mercato diversi da quelli della sartoria e dell’alta moda⁹⁸.

5.9 Lo shopping online

Una menzione a parte merita lo shopping online, al giorno d’oggi è importantissimo per riuscire a tenere i clienti legati al brand e funge anche da vetrina per le nuove collezioni prima dell’acquisto in negozio. Alcuni siti tentano di riprodurre le atmosfere del marchio, mentre altri hanno optato per una sorta di raggruppamento virtuale volto a formare centri commerciali online. Secondo Netcomm, il consorzio del commercio elettronico italiano, gli acquisti online sono cresciuti di oltre il 24 per cento nel 2014, con oltre 100 milioni di acquisti su siti web o con app⁹⁹ che il consumatore non aveva mai usato e nella metà dei casi si tratta di una prima volta; per il 56 per cento l’acquisto ha riguardato beni fisici, tra cui abbigliamento e accessori. L’e-commerce cosiddetto B2C, sempre nel 2014, è cresciuto del 17 per cento, portando il valore dell’e-commerce generale dal 2,6 al 3,5 per cento del totale delle vendite al dettaglio¹⁰⁰. ASOS, è uno dei più grandi rivenditori online in termini quantitativi e propone oltre 850 marchi famosi e non a prezzi convenienti ed ha anche sviluppato una propria linea di abbigliamento. Accanto a questa, le linee speciali (i best sellers “curvy”, “maternity” e “petite”, cui si è recentemente aggiunta la linea “tall”) e la grande varietà di taglie sono un altro dei punti di forza di Asos (si va dalla XXXS alla XXXL). Il sito fornisce quindi un portfolio diversificato di prodotti che va dalla fascia di prezzo più bassa a quella medio-alta. Forte di una continua espansione globale (le vendite internazionali rappresentano ormai il 61 per cento del totale) con oltre otto milioni di clienti, Asos rappresenta uno dei più grandi e-store del mondo. È caratterizzato da una strategia di

⁹⁸ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, pp. 82-89.

⁹⁹ App: in informatica indica un’applicazione per apparecchi elettronici tipo PC, tablet PC, smartphone ecc. (Consultato il 03-04-16), disponibile all’indirizzo <http://www.garzantilinguistica.it/ricerca/?q=app>.

¹⁰⁰ Romina VELCHI, “Shopping online, crescono gli acquisti di abiti e accessori: merito (anche) dei social network”, *Il Fatto Quotidiano*, 1 Aprile 2015, (Consultato il 29-03-16), disponibile all’indirizzo <http://www.ilfattoquotidiano.it/2015/04/01/moda-2-0-crescono-gli-acquisti-online-abiti-accessori-merito-dei-social-network/1546625/>.

fidelizzazione del consumatore basata soprattutto sul coinvolgimento diretto attraverso i social media come con il canale #AsSeenOnMe (che fornisce la possibilità di postare le foto dei propri outfit¹⁰¹ direttamente nella pagina del prodotto), la pubblicazione quotidiana di articoli e contenuti su moda, tendenze, stili e il servizio di personal stylist¹⁰² per ricevere i consigli degli esperti. Asos spedisce in 240 paesi, mentre esiste un sito locale in Gran Bretagna, Francia, Germania, Italia, Spagna, Australia, Stati Uniti, Russia e Cina. Ogni settimana vengono aggiunti 2.750 nuovi prodotti.

Per quanto riguarda il settore del lusso e dell'alta moda, è da segnalare Net-à-Porter. Fa parte di Net-à-Porter Group, che comprende anche theoutnet.com (un outlet online) e MrPorter, l'equivalente maschile di Net-à-Porter. È stato fondato da Natalie Massenet nel 2000 e oggi in questo e-store globale è possibile acquistare capi di abbigliamento e accessori di ben 390 tra i più importanti ed esclusivi brand della moda di tutto il mondo e 130 brand nel settore beauty. Chanel ad esempio, ha scelto proprio questo sito per fare il suo debutto nell'e-commerce e ha messo in vendita una capsule collection di gioielli (realizzata per l'occasione), denominata Coco Crush, all'interno di una sezione speciale che è rimasta aperta tre settimane, anticipando la distribuzione nei negozi monomarca internazionali. Il sito web è tradotto anche in francese, tedesco e cinese e al suo interno vengono aggiunti nuovi prodotti tre giorni a settimana. Ha una comunità di oltre quattro milioni di fan distribuiti tra i maggiori social network e quartier generali e centri di distribuzione a Londra, New York e Hong Kong; sono circa due milioni le app scaricate e oltre 6 milioni di donne al mese che visitano il sito con un'età media 38 anni e un reddito familiare di circa 140.000 sterline. L'e-store spedisce in tutto il mondo fin dal 2000 in lussuose e personalizzate confezioni e oggi in oltre 170 paesi viene offerta la spedizione espressa notturna, mentre a Londra, Manhattan e Hong Kong la consegna avviene nello stesso giorno. E inoltre ci sono da sottolineare: centralino in 22 lingue, aperto 24 ore su 24, sette giorni su sette; servizio di personal shopping; inviti a sfilate ed eventi e la possibilità di preordinare prodotti prima che siano disponibili sul sito¹⁰³.

¹⁰¹ Outfit: l'insieme degli abiti e degli accessori indossati da una persona. (Consultato il 03-04-16), disponibile all'indirizzo <http://www.garzantilinguistica.it/ricerca/?q=outfit>.

¹⁰² Stylist: nel linguaggio della moda, indica il professionista incaricato di scegliere gli abbinamenti di abiti e accessori e di coordinare truccatore e parrucchiere per un servizio fotografico, una campagna pubblicitaria o una sfilata. (Consultato il 03-04-16), disponibile all'indirizzo <http://www.garzantilinguistica.it/ricerca/?q=stylist>.

¹⁰³ Romina VELCHI, "Shopping online: ecco la guida completa per acquistare abbigliamento e trovare consigli per il look estivo", *Il Fatto Quotidiano*, 20 Giugno 2015, (Consultato il 29-03-16), disponibile

Lo shopping online ha permesso al consumatore di entrare in contatto con marchi meno conosciuti ed è stato fondamentale nella globalizzazione della moda. Articoli di lusso estremamente costosi spesso diventano più accessibili a consumatori lontani e fornisce una vetrina ideale per gli stilisti emergenti che riescono così ad esibire le proprie creazioni e ad avvicinarsi a potenziali clienti.

5.10 L'indice dei prezzi al dettaglio

Gli stilisti devono essere perfettamente consci delle diverse categorie di mercato, dei prezzi più adeguati e delle soglie che vengono stabilite dai competitor¹⁰⁴ tra le varie fasce di prezzo.

La qualità dei materiali, la manifattura, il prestigio del design e il gruppo demografico di riferimento sono tutti elementi che influenzano profondamente l'indice dei prezzi delle merci vendute nella moda. Negli ultimi anni, il mutamento delle condizioni economiche, le maggiori possibilità di scelta promosse da internet e una maggiore consapevolezza hanno portato a un mutamento nell'atteggiamento da parte dei consumatori, nei confronti della qualità e del prezzo. Al contrario di quanto accaduto con altri beni di consumo, le importazioni a basso costo degli ultimi dieci anni hanno portato a un generale abbassamento dei prezzi dei capi di vestiario. Al giorno d'oggi quindi, stabilire livelli minimi e massimi accettabili per quanto riguarda il prezzo di una collezione, è importante quanto disegnare gli abiti. A livello generale possiamo dire che i prezzi devono creare ragionevoli margini di profitto, essendo però soddisfacenti sia per il produttore che per il consumatore.

Materiali e prezzatura hanno un rapporto che non è sempre da dare per scontato. Ad esempio, produrre magliette spesso è più dispendioso che produrre giacche, e bottoni costosi possono aumentare il prezzo più di una fibbia o una cintura. Più il tessuto è costoso ed elaborato, minore è la necessità di impreziosirlo, e bisogna sempre ricordare che dettagli e rifiniture devono rimanere coerenti all'interno di tutta una collezione e generalmente anche se sono prodotti di uno stesso marchio. I prezzi poi devono conformarsi a quelli dei marchi vicini ed essere adatti al livello di mercato prescelto. I prezzi applicati dovrebbero garantire un margine lordo di profitto del 100% nella vendita sia all'ingrosso che al dettaglio, ma raramente il calcolo risulta così

all'indirizzo <http://www.ilfattoquotidiano.it/2015/06/20/shopping-online-ecco-la-guida-completa-per-acquistare-abbigliamento-e-trovare-consigli-per-il-look-estivo/1794759/>.

¹⁰⁴ Competitor: in ambito economico, indica un concorrente. (Consultato il 03-04-16), disponibile all'indirizzo <http://www.garzantilinguistica.it/ricerca/?q=competitor>.

semplice. I marchi di stilisti indipendenti hanno un sistema di prezzatura diverso dai negozi di alto consumo con prodotti a marchio personalizzato. Inoltre, quando si parla di profitto lordo del 100%, non si tengono in considerazione i costi di amministrazione, i costi per la pubblicità, il packaging, la consegna e le provvigioni che spettano a rappresentanti commerciali o delle pubbliche relazioni. Quando un'azienda si espande e inizia una produzione basata sulle grandi quantità, bisogna anche tenere conto di un aumento delle spese generali quali affitto dello studio, elettricità ecc. e ci sono poi le spese di agenzia, le spese legali, di assicurazione e di spedizione. Tutti questi costi extra possono essere recuperati vendendo un maggior quantitativo di merci, e i consumatori ne traggono vantaggio grazie a una diminuzione dei prezzi all'ingrosso.

Possiamo elencare cinque criteri per fissare i prezzi:

- prezzatura cost-plus: semplifica il lavoro della prezzatura all'ingrosso in quanto somma tutti i costi di realizzazione di un capo e poi aggiunge a questa cifra una percentuale di ricarico standard, compresa generalmente tra il 50% e il 120%, che tiene in considerazione il costo di materiali, manodopera e di una percentuale di spese generali calcolate in base al profitto target. Il rivenditore è colui che stabilisce il prezzo di vendita e se la maggior parte delle aziende sceglie di adottare questa tecnica, i prezzi tendono ad essere simili e viene così ridotta la competizione. È un metodo che riesce a funzionare bene solo quando si raggiunge il volume di vendite previsto. Quando non si riesce a vendere bene, i prezzi vanno quindi ribassati e l'azienda, sul lungo termine, rischia di subire delle perdite;
- prezzatura in base al compratore: prende come punto di partenza nella determinazione dei prezzi il valore che viene percepito dai compratori, non i costi effettivi del prodotto;
- prezzatura psicologica: allo scopo di stimolare la vendita, questa strategia utilizza prezzi con cifre dispari o frazionate (ad esempio, 89,95 euro oppure 985,00 euro). In questo caso, l'azienda stabilisce in anticipo il profitto target, valutando quali sono le caratteristiche della merce che colpiranno di più il cliente, e poi inizia un lavoro a ritroso per creare articoli che corrispondano alla cifra che si è imposta di ottenere. Questo metodo richiede un'accurata conoscenza delle condizioni e delle offerte esistenti nel mercato e prende in considerazione anche aspetti quali il servizio, l'assistenza clienti, il metodo di

confezione e la consegna. Il cliente si aspetta determinati fattori di valore, e l'azienda adegua di conseguenza i prezzi e margini di profitto delle sue linee;

- *prezzatura in base alla concorrenza*: non si basa su una definizione dei prezzi correlata al costo e alla domanda, bensì in base a quanto viene proposto dalle aziende rivali. Generalmente è un sistema usato dalle aziende più piccole con lo scopo di seguire i leader del mercato o per sopravvivere alla giungla dei prezzi;
- *prezzatura dinamica*: è metodo abbastanza recente e molto comune *nell'e-commerce*. Ai vari compratori o visitatori di un negozio online, vengono proposti prezzi diversi a seconda dell'ora del giorno, delle condizioni del mercato, della carta di credito che posseggono o della loro storia personale in quanto clienti di quel negozio. I vantaggi possono essere significativi, ma vi sono una forte serie di polemiche riguardanti il trattamento di dati sensibili¹⁰⁵.

Prima di introdurre nuovi prodotti nel mercato, bisogna far sì che ci sia una fase di *rigetto* dei vecchi prodotti. Dato che non si può forzare il pubblico a comprare o a buttare via un determinato prodotto, il mercato è guidato dai consumatori, ma i prezzi sono il fattore chiave dell'industria nel ciclo della moda.

Il ciclo della moda viene definito come il lasso di tempo che intercorre dall'introduzione di una moda (un nuovo prodotto, un nuovo look) alla sua sostituzione da parte di una moda successiva. La sostituzione, a seconda del suo livello di novità, può riguardare le caratteristiche di base del prodotto (concetto e struttura, elementi di stile, materiali, accessori, disegni) oppure le sue varianti (colore). Ogni moda possiede un proprio ciclo di vita, costituito da alcuni stadi: introduzione, crescita, picco di massima popolarità e diffusione, maturità, declino e rigetto. All'apice del mercato, il desiderio di possedere articoli costosi ed esclusivi a rappresentare il simbolo della propria posizione sociale è preponderante. Scendendo lungo la scala sociale, un capo diventa desiderabile se soddisfa il budget del mercato medio.

All'inizio della stagione, quando un capo fa il suo ingresso nel mercato, viene prezzato alla cifra più alta che l'azienda spera di ricavarne. Generalmente all'inizio viene distribuito solo nei punti vendita dell'azienda o a rivenditori in esclusiva con lo scopo di creare la domanda e di mantenere pochi capi in circolazione. Se un certo stile è richiesto e riceve l'attenzione dei media, i negozi di fascia media e bassa si riempiranno di imitazioni a prezzi competitivi. E infine il capo farà la sua comparsa in versione

¹⁰⁵Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, pp. 89-92.

economica e di bassa qualità sulle bancarelle dei mercati. Quando il prodotto avrà saturato il mercato, le aziende firmate faticeranno a mantenere il prezzo originale. A questo punto inizierà il calo della domanda, lo stile passerà di moda e i capi rimasti verranno venduti a prezzi ribassati e quelli rimasti invenduti vengono offerti a punti vendita all'ingrosso.

I negozi firmati quindi, sono quelli che indirizzano dal principio i gusti dei consumatori tramite l'introduzione di nuovi stili all'avanguardia, che vengono individuati tramite le indagini di mercato, la partecipazione a fiere e le reazioni alle sfilate in passerella. Stilisti e imprese, dopo essersi rapportati al mercato attraverso una costante e mirata azione di ricerca e monitoraggio, danno infatti un'interpretazione creativa delle loro esigenze in una moda (ad esempio, il pantalone a zampa d'elefante) che si riflette in capi d'abbigliamento, in collezioni, in stili che vengono offerti come moda emergente. Il nuovo stile viene quindi adottato dagli opinion leaders, cioè da un ristretto gruppo di consumatori e di distributori che vogliono distinguersi dagli altri per volontà di differenziazione di classe, oppure di identificazione con un sistema di valori o di gusto¹⁰⁶.

5.11 L'identità aziendale, il branding e il copyright

Stilisti e aziende investono ingenti quantità di denaro, competenze e tempo nella ricerca e nello sviluppo di nuove mode e innovazioni. Quando riescono a definire un nuovo modello e il suo mercato target, desiderano poi proteggere il loro prodotto e dargli un'identità inconfondibile.

Il logo, l'etichetta o l'insegna del brand o del negozio hanno proprio questa funzione, cioè quella di promuovere i propri articoli per incoraggiare e premiare la fedeltà dei propri clienti, dato che spesso indossare un marchio famoso per il cliente è più importante del capo d'abbigliamento in sé. È per questo che brand, loghi e i marchi registrati (trademark), tramite il pagamento di una tassa aggiuntiva, vengono registrati, garantendone l'uso esclusivo da parte di un'azienda. Le aziende possono inoltre registrare alcuni tratti caratteristici di una determinata creazione, come ad esempio Chanel che ha registrato la sua borsa trapuntata con la catena dorata, o Levi Strauss che ha registrato la doppia cucitura distintiva sulle tasche posteriori dei jeans.

¹⁰⁶ Stefania SAVIOLO, Salvo TESTA, *Le imprese del sistema moda. Il management al servizio della creatività*, Milano, Rizzoli Etas, 2016 (I edizione anno 2000), cfr., pp. 11-13.

L'origine di un modello però, è spesso difficile da determinare, soprattutto quando le mode nascono come miglioramenti di versioni precedenti. Vi sono una serie di capi classici, come le camicie da uomo o i pantaloni a zampa d'elefante, che sono diventati così tanto di uso comune da essere impossibili da proteggere con il copyright. Però, capita che vi siano dei miglioramenti e cambiamenti nel taglio, o nell'uso dei materiali, e in quel caso lo stilista può registrare il disegno come suo a meno che non lavori per un'azienda, che in tal caso generalmente ne possiede i diritti di utilizzo. Lo stilista di moda può solamente registrare un figurino di moda, non l'abito finito e il figurino deve essere firmato, datato con un francobollo annullato, contrassegnato in modo chiaro con il simbolo del copyright e depositato presso un legale o una banca. Nel caso qualcun altro voglia utilizzare il disegno, dovrà richiedere l'autorizzazione, ottenere una licenza e pagare una royalty per ogni capo prodotto. Sfortunatamente un disegno con copyright è protetto solo all'interno dei confini dello stato in cui è stato depositato e questo crea una serie di controversie legali riguardanti la contraffazione, soprattutto in Asia dove in molte nazioni la proprietà intellettuale non è riconosciuta.

La contraffazione è difficile da provare, perché bisogna stabilire il confine tra una casa di moda che segue una tendenza di mercato e una che viola la legge. Vi sono aziende che scelgono di adottare politiche molto severe per proteggere il loro patrimonio intellettuale, mentre altre ritengono l'imitazione la più sincera forma di adulazione e quindi scelgono appositamente di passare subito a nuovi prodotti. La produzione, la vendita e l'acquisto di prodotti contraffatti però può portare alla scomparsa di alcuni marchi, in quanto ne viene così ridotto il valore, si perdono potenziali clienti, l'immagine dell'azienda è svalutata e si perde il controllo sulla distribuzione dei prodotti¹⁰⁷.

¹⁰⁷ Cfr. JENKYN JONES, *op. cit.*, pp. 93-96.

6. Il modello di produzione italiano: dalla confezione all'industrializzazione della creatività

Alla base del successo nazionale ed internazionale del “made in Italy” nella moda hanno contribuito molti fattori. Nel paese, a cominciare dai primi anni settanta, vi sono state una serie di condizioni nella domanda e nell’offerta che sono prerogativa di fattori di questo modello nazionale. Questi fattori hanno contribuito in modo determinante allo sviluppo del settore grazie alle forti interazioni dinamiche legate al mutuo rafforzarsi e influenzarsi. Il processo in questione, ha portato alla creazione di “circoli virtuosi” che hanno inizialmente prodotto e successivamente rafforzato la competitività, anche a livello internazionale, dell’intero sistema industriale e distributivo.

6.1 La trasformazione del sistema industriale all’inizio degli anni settanta.

All’inizio degli anni settanta l’intera industria italiana attraversò un profondo processo di ristrutturazione e lo stesso avvenne parallelamente all’interno dell’industria nazionale del settore tessile e dell’abbigliamento. Questo portò a un notevole ridimensionamento delle grandi imprese che erano riuscite ad affermarsi negli anni ’50 e ad uno sviluppo di piccole e piccolissime imprese, affiancato al rafforzamento dei distretti industriali del settore. Questi processi sono collegati tra loro e per comprendere l’evoluzione del settore, è fondamentale analizzarne le interdipendenze¹⁰⁸.

6.1.1 La de-integrazione della grande impresa e il decentramento

A seguito dell’autunno caldo¹⁰⁹ in Italia si assistette a un’elevata sindacalizzazione e di conseguenza a un notevole aumento del costo del lavoro. Questo fattore, insieme a un forte aumento della concorrenza estera di prodotti provenienti dai paesi a basso costo di manodopera infierì un duro colpo alla grande impresa.

Molti imprenditori, allo scopo di fronteggiare la perdita di competitività sui costi e ridurre la conflittualità interna, diedero il via a un processo di de-integrazione cominciando a smantellare le proprie strutture aziendali e a dare vita a diverse unità produttive di misura ridotta in cui vennero trasferiti manodopera e macchinari. In questa fase, le grandi imprese poterono anche fare affidamento sullo spirito di autonomia e

¹⁰⁸ Cfr. SAVIOLO, TESTA, *op. cit.*, pp. 90-91.

¹⁰⁹ L’autunno caldo è un periodo della storia d’Italia segnato da lotte sindacali operaie che si sviluppa a partire dall’autunno del 1969 in Italia, ritenuto il preludio del periodo storico conosciuto come anni di piombo. (Consultato il 09-06-16), disponibile all’indirizzo https://it.wikipedia.org/wiki/Autunno_caldo

imprenditorialità di molti lavoratori italiani e sui vantaggi che questo poteva portare alla produttività del lavoro: un operaio specializzato, diventava imprenditore in un'azienda di subfornitura, ed era in grado di assicurare livelli di produttività e di qualità non confrontabili con quelli ottenuti precedentemente durante il rapporto di lavoro dipendente.

La grande impresa si trovò ad affrontare una serie di difficoltà dovute anche a una fase di stasi, caratterizzata da un cambiamento della domanda che, incoraggiando le produzioni di piccola serie, determinavano il venir meno dei vantaggi della produzione di massa e restituivano competitività alle piccole imprese. Anche se ad un occhio esterno questo processo poteva sembrare controproducente (soprattutto nella prospettiva di una possibile internazionalizzazione delle imprese), le piccole imprese dimostrarono di disporre di notevoli vantaggi strategici a livello di flessibilità e innovazione del prodotto. Questi vantaggi divennero chiari anche alle imprese di maggiori dimensioni, che diedero così maggiore impulso al decentramento produttivo¹¹⁰.

6.1.2 L'esplosione del "pronto moda" e del terzismo

Il processo di decentramento produttivo dalla grande alla piccola impresa fu favorito anche da un'altra tendenza paradossalmente opposta: la crescita, su tutto il territorio nazionale, di sartorie e piccoli laboratori artigianali sopravvissuti all'affermazione dell'industria della confezione e la loro evoluzione verso strutture di tipo più industriale, per quanto di dimensioni più ridotte.

Il forte sviluppo della domanda di prodotti di qualità portò quindi, verso la fine degli anni sessanta, a una nuova vitalità di queste piccole imprese. A partire da quegli anni, tra i giovani si poté riscontrare una forte diffusione dell'abbigliamento informale (quindi maglieria e confezioni), e nelle fasce d'età superiore, la nascita del cosiddetto "pronto moda", entrambi mercati che vedevano protagoniste proprio le piccole imprese. Quest'ultime infatti erano in grado, grazie alla loro flessibilità, di produrre capi capaci di incorporare le nuove tendenze anticipate dalle collezioni di marchi importanti, ma a prezzi notevolmente contenuti, e di garantire tempi di consegna alla distribuzione molto più ridotti. Dopo un'esplosione iniziale, furono poche le imprese che riuscirono a fare il salto di qualità qualificandosi come *imprese industriali orientate alla moda* e differenziandosi dalla produzione standardizzata delle grandi

¹¹⁰ Cfr. SAVIOLO, TESTA, *op. cit.*, pp. 91-92.

imprese tradizionali. Le altre si dimostrarono adeguate a svolgere un ruolo di terzista, adeguandosi al processo di decentramento produttivo¹¹¹.

6.1.3 I distretti industriali

Le relazioni di subfornitura tra grandi, medie e piccole imprese vennero ulteriormente incentivate da un fattore peculiare del sistema industriale italiano: la distribuzione e la concentrazione delle unità produttive sul territorio, caratterizzata dall'esistenza dei distretti industriali del tessile-abbigliamento.

All'interno dei distretti industriali, ogni azienda si andò specializzando in un particolare stadio della produzione o in un determinato prodotto o materiale: vicinanza fisica, omogeneità dal punto di vista culturale, relazioni sociali e personali erano punti a favore della comunicazione e del contenimento dei costi logistici, ma soprattutto permisero lo sviluppo di un *know-how* altamente qualificato che incrementò i processi collaborativi e imitativi.

A tutto ciò bisogna aggiungere la disponibilità, su un territorio circoscritto, di manodopera e personale qualificati in grado di fornire un serbatoio ampio e continuo per la nascita di nuove imprese che, a loro volta, contribuirono a rafforzare gli stimoli per un miglioramento della produttività e del prodotto in tutto il sistema industriale.

All'interno dei distretti del tessile-abbigliamento, coesistono e interagiscono imprese con caratteristiche diverse:

- imprese integrate, che si occupano di produrre e vendere sul mercato svolgendo le fasi più importanti del processo al proprio interno;
- imprese commerciali, che si dedicano all'acquisto di materie prime e semilavorati, fanno realizzare esternamente la produzione e commercializzano il prodotto finito;
- imprese terziste specializzate, dedite alle fasi del taglio, della confezione ma anche del finissaggio;
- imprese artigianali e lavoratrici a domicilio, focalizzate sulla sola fase di cucitura a *façon*¹¹².

Questi due processi di decentramento produttivo delle grandi imprese e sviluppo delle piccole trassero vantaggio dal carattere propulsivo dei distretti industriali, contribuendo

¹¹¹ Cfr. SAVIOLO, TESTA, *op. cit.*, pp. 92-93.

¹¹² Lavorazione di capi di abbigliamento confezionati in serie su un modello base. Zingarelli, *op. cit.*, p. 674.

così ad aumentare il livello di specializzazione e di innovazione della struttura industriale e fecero sì che nel tempo, questa traesse i vantaggi della grande dimensione e della piccola¹¹³.

6.1.4 L'affermazione degli stilisti e la rivitalizzazione della domanda

Altri due fattori estremamente connessi allo sviluppo del vantaggio competitivo del modello italiano sono l'affermazione degli stilisti e la rivitalizzazione della domanda.

Fino alla fine degli anni sessanta, gli stilisti sono stati quasi tutti di scuola parigina ed erano dediti alla produzione di capi di alta sartoria per clienti d'élite. Valentino né è un ottimo esempio, in quanto negli anni cinquanta è stato il principale *couturier* italiano, con il sogno di imporre un nuovo stile caratteristico di una donna molto raffinata e femminile. Raggiunse il successo mondiale grazie ad una concezione dell'abito come opera d'arte, espressione della massima creatività dello stilista e destinato solo ad un pubblico ristretto. L'alta moda era destinata all'aristocrazia, alle consorti dei VIP e alle dive dello spettacolo. Date queste premesse, appare chiaro come mai l'alta moda sia rimasta molto lontana dall'industria dell'abbigliamento per diverso tempo.

La lontananza tra questi due mondi, si attenuò fino a sparire grazie ad una serie di condizioni che maturarono tra la fine degli anni sessanta e la metà degli anni settanta¹¹⁴.

6.1.5 Albini e la sua esperienza pionieristica

Primavera del '69, a Palazzo Pitti a Firenze, lo stilista Albini sfilò con la collezione Misterfox, una linea informale prodotta per un'industriale di nome Papini, che esulava dallo schema dell'alta moda. Questa collezione infatti, rifletteva la creazione di un'atmosfera, di un gusto, di un look, essendo però pensata per uno specifico target di mercato ed essendo quindi presupposta per una produzione in serie. Questo rappresentava una novità assoluta e fece sì che fosse contraddistinta da un successo di stampa incredibile, ma con risultati commerciali deludenti a causa della mancanza di distributori nazionali e internazionali. A partire dall'anno successivo però, a Milano vennero fatte sfilare una serie di collezioni con le medesime caratteristiche e fu la prima volta che i prodotti portarono il nome sia dello stilista che dell'azienda produttrice, unendo così i due mondi. Si arrivò a comprendere che, dato che lo stilista si identifica

¹¹³ Cfr. SAVIOLO, TESTA, *op. cit.*, pp. 93-94.

¹¹⁴ Cfr. SAVIOLO, TESTA, *op. cit.*, p. 94.

con uno stile di vita e un consumatore preciso, era possibile utilizzare la sua immagine come parte integrante del “sistema di prodotto” offerto dall’industria¹¹⁵.

6.1.6 La crisi dell’alta moda

Con la rivoluzione giovanile e la crescente emancipazione della donna (che portava a mettere in secondo piano la femminilità e l’ostentazione) vi fu a una profonda crisi del settore dell’alta moda.

Il colpo di grazia definitivo per l’industria arrivò con la crisi petrolifera del ’73 e la recessione economica degli anni successivi. L’alta moda perdette così il suo ruolo trainante e distintivo, e nel prêt-à-porter di lusso Milano prese il posto di Parigi come centro di raccolta dei compratori internazionali. Questo passaggio avvenne grazie all’affermazione sul suolo italiano di imprese industriali come Krizia e Missoni che riuscirono ad incorporare la funzione stilistica senza però renderla prevalente su quella imprenditoriale.

A metà degli anni settanta, si verificò una radicale metamorfosi nel sistema di valori di contesto. Vi fu un ritorno dei valori ai valori dell’edonismo e della ricerca del quotidiano piacere di vivere. In questo contesto, il consumatore (in particolare la donna del ceto medio), diede libero sfogo a una propensione al consumo che in Italia non ha precedenti. Il clima di entusiasmo consumistico creò grandi possibilità di sviluppo, grazie alla disponibilità del consumatore a seguire modelli e suggerimenti provenienti dall’industria. Gli stilisti furono i maggiori interpreti di questa tendenza e le imprese più evolute divennero consapevoli del fatto che un maggiore rapporto con i *couturiers* avrebbe reso più facile cogliere le nuove opportunità offerte dal cambiamento della domanda¹¹⁶.

6.1.7 Lo sviluppo del prêt-à-porter e delle collezioni diffusion

Nella seconda metà degli anni settanta, gli stilisti e la grande impresa assunsero piena coscienza della complessità delle proprie competenze e della necessità di una collaborazione reale e non solo strumentale. In particolare, la precedente esperienza di Armani alla Cerruti¹¹⁷, riguardo sia i tessuti sia la giacca di taglio sartoriale, fu

¹¹⁵ Cfr. SAVIOLO, TESTA, *op. cit.*, pp. 95-96.

¹¹⁶ Cfr. SAVIOLO, TESTA, *op. cit.*, pp. 96-97.

¹¹⁷ Lanificio Fratelli Cerruti è un’azienda italiana di moda e abbigliamento, con sede a Biella, fondata nel 1881 da Antonio Cerruti insieme ai suoi due fratelli e a un cugino. È una società per azioni,

fondamentale per lo sviluppo in GFT¹¹⁸ di una nuova modalità di progettare e industrializzare le collezioni. Sotto la spinta del nuovo amministratore delegato del GFT, Marco Rivetti, il contatto con Armani e con gli altri stilisti portò, all'interno della grande azienda di confezioni in serie, nuove competenze e nuove sensibilità, dall'altro lato agli stilisti venne garantita, mediante le risorse industriali, commerciali e finanziarie della grande impresa, una più facile e ampia distribuzione dei prodotti, sui mercati nazionali e internazionali.

La compenetrazione delle esigenze dello stilista e dell'industria si realizzò pienamente proprio con la collaborazione tra Armani e la GFT, poi con altre imprese. Fu il primo caso di una griffe che riuscì ad uscire dall'ambito esclusivo del prêt-à-porter andando a colpire un target molto più ampio ma mantenendo nel contempo una continuità stilistica. Nacquero così le cosiddette "collezioni diffusion" (chiamate anche "seconde linee firmate", dopo le prime linee di prêt-à-porter), realizzate per una produzione di ampia serie, ma dotate di uguale contenuto stilistico se confrontate con le prime linee, seppure a prezzi più accessibili. Su queste interazioni si raggiunse la massima integrazione tra stilisti, modellisti e tecnici della produzione, il tutto nella ricerca di mediazione tra elevato contenuto stilistico, vincoli della produzione ed esigenze di mercato.

amministrata dal 1881 dalla famiglia Cerruti. (Consultato il 09-06-16), disponibile all'indirizzo https://it.wikipedia.org/wiki/Lanificio_Fratelli_Cerruti.

¹¹⁸ Il Gruppo Finanziario Tessile (GFT) era una azienda tessile con sede a Torino. L'azienda nacque a Torino nel 1930 dalla fusione progressiva della ditta torinese Donato Levi con la biellese Lanifici Rivetti, dando vita già dalla costituzione ai marchi Facis e Marus, destinati ad assumere notevole notorietà nel mercato tessile italiano. Contemporaneamente alla commercializzazione dei prodotti dei Lanifici Rivetti, il GFT iniziò fin dagli Anni '30 a specializzarsi nella produzione di abiti confezionati, spaziando dalle confezioni maschili agli abiti da lavoro e alle forniture militari e facendo nascere a Torino i primi negozi Facis e Marus.

Nel 1954 i tre fratelli Rivetti assunsero la proprietà totale del GFT cedendo le loro partecipazioni nei Lanifici Rivetti e affidando, con successo, sull'incremento delle richieste di abiti confezionati previsto nel secondo dopoguerra, portando così il GFT a diventare, tra gli Anni '50 e gli Anni '70, una delle principali ditte italiane specializzate nella produzione di massa delle confezioni d'abbigliamento, soprattutto attraverso il marchio Facis.

Il successo ottenuto fu determinato essenzialmente dal rinnovamento delle tecniche produttive, con l'adozione di sistemi di produzione importati dagli Stati Uniti, dall'innovazione del prodotto, reso progressivamente più adattabile alle esigenze della clientela, e dalla strategia commerciale basata sulla diffusione in tutta Italia per mezzo dell'estensione capillare della catena di negozi Marus; tuttavia non ebbero successo gli sforzi per estendere la produzione dall'abbigliamento maschile, in cui il GFT era specializzato, a quella del settore femminile.

Dopo la crisi dei consumi degli Anni '70, il GFT modificò la strategia di mercato affiancando alla produzione di massa quella di un prêt-à-porter griffato, più congeniale alle tendenze degli anni '80, iniziando la collaborazione con stilisti di fama mondiale come Armani, Ungaro e Valentino.

Il GFT entrò in crisi negli Anni '90, crisi che si aggravò nel 1996 con la morte del presidente Marco Rivetti e culminò nel febbraio 2003 con la chiusura e la cessione dei marchi Facis e della collezione Valentino. (Consultato il 09-06-16), disponibile all'indirizzo https://it.wikipedia.org/wiki/Gruppo_Finanziario_Tessile.

La rivitalizzazione e la reinterpretazione che nacquero da queste nuove collaborazioni diedero un ulteriore spinta allo sviluppo della domanda. Si assistette quindi a un ritorno del capospalla formale e degli abiti eleganti, così come lo stesso abbigliamento informale, non venne più visto come contrapposizione al formale, ma semplicemente venne integrato con esso. Si crearono così nuovi spazi di mercato e si allargarono i target di riferimento.

Si può quindi dire che il rapporto tra stilisti, produttori e consumatori è da collocarsi alla base del processo di sviluppo nel settore dell'abbigliamento¹¹⁹.

6.2 Il rafforzamento del sistema moda

Per comprendere le dinamiche che si collocano dietro al successo dell'industria dell'abbigliamento italiana, bisogna analizzare anche le relazioni che questo ha con altri settori correlati e di supporto.

6.2.1 La filiera tessile

La filiera tessile italiana assecondò con entusiasmo l'innovazione del prodotto, che le offrì grandi possibilità di crescita. Gli stilisti erano in contatto diretto con i fornitori di materie prime e di semilavorati, influenzandone la scelta del prodotto, dei materiali e del colore. Questo rapporto innescò nuovi stimoli alla competitività, alla produttività e all'innovazione (il tutto favorito anche dalla presenza dei distretti industriali)¹²⁰.

6.2.2 Sviluppo e diffusione del sistema della subfornitura

La diffusa struttura del terzismo nel settore dell'abbigliamento, formatasi nei primi anni settanta, si mostrò ampiamente in grado di far fronte alle nuove esigenze di flessibilità e di specializzazione dei prodotti a elevato contenuto moda. Ai tradizionali distretti delle confezioni e della maglia della fase precedente (Milano, Bergamo, Torino, Firenze, Arezzo, Modena, Vicenza, Treviso) se ne affiancarono altri in regioni diverse, sia a seguito del ruolo trainante svolto da alcune imprese de verticalizzate in forte sviluppo (Benetton, Max Mara, Carrera ecc), sia per lo sviluppo e il consolidamento di aree di specializzazione locale (intimo a Bologna, maglieria a Carpi e nelle province venete, jeans nelle province venete, nella Val Vibrata e a S. Giuseppe Vesuviano, abiti da sposa e da bambino a Putignano e nelle Puglie, ecc).

¹¹⁹ Cfr. SAVIOLO, TESTA, *op. cit.*, pp. 97-99.

¹²⁰ Cfr. SAVIOLO, TESTA, *op. cit.*, pp. 99-100.

Nel ventennio che va dal '71 al '91 si assistette allo spostamento delle unità produttive e dell'occupazione dalle regioni del Nord a quelle del Centro Sud, grazie al minor costo della manodopera e a una serie di incentivi finanziari. Questo è il motivo per cui in quegli anni, l'Italia, scelse di non produrre in paesi a basso costo di manodopera, mantenendo così a pieno titolo l'etichetta di *Made in Italy*¹²¹.

6.2.3 La specializzazione della distribuzione

Il sistema distributivo italiano ha sempre presentato delle specificità rispetto agli altri paesi occidentali. È caratterizzato da un'elevata frammentazione, con una forte presenza del piccolo negozio indipendente e dell'ambulante serviti da imprese all'ingrosso che in passato erano fondamentali per fare da intermediario con le industrie. A livello di dettaglio, neppure negli anni del boom economico, la grande distribuzione riuscì ad affermarsi, e il perché è da ricercarsi nell'esistenza di meccanismi fiscali e legislativi che favorirono sempre i piccoli commercianti. Inoltre a ciò bisogna aggiungere la particolare struttura delle città italiane, caratterizzate da centri storici e quasi totale assenza di pianificazione urbana che ha contribuito fortemente a ostacolare lo sviluppo della grande distribuzione.

Con l'avvento del prodotto di marca (intesa sia come griffe che come marca industriale) e con l'aumento della domanda, si assistette anche a un'evoluzione della distribuzione.

La caratterizzazione crescente dei prodotti da un punto di vista della qualità e dell'immagine, spinse molti piccoli dettaglianti dediti alla vendita di abbigliamento "generico", a specializzarsi in tipologie di prodotto e/o cliente. Tra la fine degli anni '70 e l'inizio dei '90, si assistette in tutto il paese a un fiorire di boutique di abbigliamento e accessori in cui si aggiunge, al tradizionale rapporto negoziante-cliente, un'offerta più differenziata e un'immagine del punto vendita aderente alle esigenze dei nuovi consumatori.

La specializzazione del dettaglio inoltre, portò alle imprese produttrici la possibilità di saltare l'intermediazione del grossista, creando così robuste reti di vendita attraverso agenti multimandatari.

Questo nuovo rapporto tra industria e dettaglio, e la forte concorrenza tra i punti vendita, funse da ulteriore stimolo all'innovazione del prodotto. Gli agenti, oltre a

¹²¹ Cfr. SAVIOLO, TESTA, *op. cit.*, pp. 100-101.

presentare i campioni e a raccogliere gli ordini nei più piccoli e sperduti negozi della penisola, svolsero anche azioni di monitoraggio dei concorrenti, accrescendo la competitività tra i produttori. La competizione però, ora riguardava soprattutto la capacità di offrire prodotti differenziati a elevato contenuto di moda, immagine e qualità.

Lo sviluppo delle prime forme di franchising (protagonista ne è la Benetton¹²², seguita in seguito da altre) fu conferma della profonda trasformazione nel rapporto tra industria e distribuzione¹²³.

6.2.4 Il ruolo degli altri settori della moda

L'Italia, oltre a una notevole tradizione nel tessile-abbigliamento, ha sempre potuto contare su una diffusa struttura produttiva artigianale in settori "vicini" alla moda, come calzature e accessori in pelle, pellicceria, gioielleria ecc., tutti settori che (come nel caso dell'abbigliamento), dovettero soddisfare una domanda interna sofisticata e quantitativamente significativa, creando le premesse per l'internazionalizzazione del prodotto italiano.

A questo bisogna aggiungere che alcuni stilisti, alla ricerca di nuovi mercati in cui esprimere la propria creatività, iniziarono a stringere accordi di licenza con produttori di altri settori correlati alla moda (oggettistica personale e per la casa, tessuti per arredamento ecc.)

L'aumento dei consumi e l'importanza attribuita alla griffe in quegli anni creò effetti sinergici in tutto il sistema e sulla stessa immagine internazionale dell'Italia.

Il risultato dell'interazione tra queste variabili di offerta e domanda fu l'aumento senza precedenti del tasso di crescita dei consumi, che mise l'Italia ai primi posti nel mondo per incidenza delle spese di vestiario sui consumi privati totali¹²⁴.

¹²² Benetton Group è un'azienda trevigiana fondata nel 1965 da Luciano, Gilberto, Giuliana e Carlo Benetton, che si occupa di moda. L'azienda ha una rete di circa 5.000 negozi presenti nei principali mercati.

Il gruppo deve la sua notorietà, oltre che ai suoi prodotti, anche al suo stile di comunicazione, sviluppato a Fabrica, centro di ricerca sulla comunicazione di Benetton Group.

Il Gruppo Benetton fa capo alla società finanziaria della famiglia Benetton, Edizione srl che detiene il 100% delle azioni. (Consultato il 09-06-16), disponibile all'indirizzo [https://it.wikipedia.org/wiki/Benetton_\(azienda\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Benetton_(azienda)).

¹²³ Cfr. SAVIOLO, TESTA, *op. cit.*, pp. 101-103.

¹²⁴ Cfr. SAVIOLO, TESTA, *op. cit.*, pp. 103-104.

6.2.5 Il successo internazionale del prodotto italiano

In seguito ai primi sintomi di rallentamento della crescita interna (primi anni '80), si assistette ad un impulso alle esportazioni da parte delle imprese italiane. Con il contributo della svalutazione della lira e del tasso di cambio favorevole, il *Made in Italy* venne reso particolarmente competitivo.

Benché l'Italia abbia sempre fatto affidamento a quote consistenti di esportazioni, nei primi anni '80 la qualità di queste si modificò radicalmente. Si registrò una netta prevalenza dei modelli femminili e di quelli informali maschili rispetto ai tradizionali capospalla formali, confermando così la diffusione dello stile italiano anche negli altri paesi industrializzati.

Il modello dell'esportazione italiana era caratterizzato da una focalizzazione sul prodotto e uno scarso orientamento al marketing, che spinsero le aziende italiane ad affidarsi a importatori piuttosto che a creare strutture commerciali proprie. Eccezioni a questa impostazione furono GFT e Benetton: la prima avviò in quegli anni la costituzione di proprie filiali commerciali nei paesi più ricettivi (Germania, Francia, Stati Uniti), mentre la seconda, grazie alla maggiore flessibilità del franchising e a una visione del business realmente globale, riuscì a diffondere la propria formula distributiva in Europa, Stati Uniti e Giappone.

Le spinte all'internazionalizzazione della produzione furono minori, e la causa principale è da ricercarsi nell'impossibilità di trovare negli altri paesi un sistema produttivo integrato, articolato, specializzato e flessibile come quello italiano¹²⁵.

6.3 Sintesi

Al di là delle dinamiche e dei punti di forza del modello sopra descritto, fino alla metà degli anni ottanta si sono presentate una serie di condizioni esogene che hanno contribuito a favore del processo di consolidamento della competitività delle imprese italiane.

Innanzitutto, durante quegli anni, la domanda nazionale e internazionale è sempre stata superiore all'offerta, specialmente nelle fasce di qualità alta e medio-alta, dove maggiore era la presenza delle aziende italiane. Inoltre il consumatore finale, non avendo ancora acquisito piena consapevolezza in merito ad altre valenze del prodotto, era prevalentemente interessato al contenuto stilistico e di immagine. Lo *styling* del

¹²⁵ Cfr. SAVIOLO, TESTA, *op. cit.*, pp. 104-105.

prodotto italiano era ritenuto unico ed originale, e di fatto lo era, in quanto nato da un sistema di relazioni esclusivo e articolato, esteso all'intera filiera creativa, industriale e distributiva.

Fattore importante da considerare è anche la ridotta dimensione della concorrenza internazionale dell'epoca. Alcuni paesi industrializzati infatti, negli anni settanta avevano disinvestito dal settore abbigliamento basandosi sull'ipotesi di non poter fronteggiare la competitività dei paesi a basso costo di manodopera, ed erano rimasti indietro sul piano dell'innovazione del prodotto, sia a causa di una domanda interna meno sofisticata che dalla mancanza di un sistema creativo e produttivo articolato in tutte le sue componenti.

Infine, il sistema distributivo italiano è costituito da imprese minori, la cui forza è visibile nella capacità di imporsi come leader mondiali nel proprio particolare segmento attraverso la creazione di nicchie di difficile aggressione da parte della concorrenza per via dell'enorme esperienza specifica accumulata¹²⁶.

6.4 L'evoluzione recente del sistema italiano

Nel corso degli anni novanta, nel sistema moda vi sono stati una serie di cambiamenti destinati a modificare profondamente il quadro sopra descritto.

Innanzitutto venne a modificarsi il rapporto tra domanda e offerta, sia per maturazione dei consumi di prodotti moda a favore di beni e servizi a maggior contenuto culturale, sia per lo svilupparsi di una forte concorrenza internazionale, proveniente da marchi di altri paesi occidentali e dalle aziende dei paesi a basso costo di manodopera.

I primi (in particolare marchi tedeschi, francesi e americani) cominciarono a "copiare" il modello italiano nelle fasce di qualità medio-alte, valorizzando al massimo le loro competenze specifiche nel marketing, nella distribuzione e nella logistica produttiva. Talvolta questo processo si sviluppò addirittura localizzando in Italia, attraverso accordi di licenza o la costituzione di unità produttive *ad hoc*, la produzione delle prime linee, sfruttando così i vantaggi della filiera nazionale. Un esempio in questo senso è Ralph Lauren, che ha realizzato accordi di licenza con Corneliani per l'abbigliamento uomo e che ha costituito una joint-venture produttiva e distributiva con

¹²⁶ Cfr. SAVIOLO, TESTA, *op. cit.*, pp. 107-108.

un partner italiano per le seconde linee donna e per le linee bambino. Gli stessi marchi del lusso francese, Christian Dior, Louis Vuitton, Chanel ecc. oggi realizzano una parte crescente delle proprie produzioni in Italia, con particolare riferimento alle linee di prêt-à-porter, di accessori pelle e seta.

L'interesse strategico per i marchi e per le risorse produttive della filiera italiana è testimoniato dalle acquisizioni e dagli accordi realizzati negli ultimi anni da gruppi esteri i cui esempi più eclatanti sono la guerra LVMH-Gucci per il controllo della griffe italiana e la joint-venture LVMH-Prada per l'acquisizione del marchio Fendi.

Questi esempi dimostrano come la filiera nazionale della moda, che fino agli anni ottanta era patrimonio esclusivo delle aziende italiane, sia ormai diventata una risorsa accessibile a tutte le aziende che, operanti nelle fasce alte e medio-alte del mercato, hanno le capacità finanziarie ed organizzative di sfruttarla.

Dall'altro lato, è evidente che nelle fasce medie e medio-basse del mercato e in quelle a minor contenuto moda la concorrenza delle catene retail americane ed europee e dei produttori a basso costo del lavoro (Europa dell'Est, bacino del Mediterraneo e Asia) abbia ormai messo fuori gioco le aziende italiane presenti in questo ambito. In questo caso, la scarsa esperienza nelle relazioni con la distribuzione evoluta e di grande superficie ha impedito alle aziende nazionali di mantenere delle posizioni di mercato, insieme al ritardo nella delocalizzazione della produzione verso paesi a basso costo di manodopera.

Da questi fattori emerge oggi una realtà meno omogenea e di "sistema" rispetto al passato, con il confronto sul mercato di imprese sempre più integrate, in cui il ruolo delle piccole e medie aziende si presenta come quello dal futuro più incerto.

La competitività del sistema moda italiano nel suo insieme e delle singole aziende che ne fanno parte era basata in passato prevalentemente sulla capacità di innovazione continua del prodotto: la logica delle collezioni stagionali, che dall'alta moda e dal prêt-à-porter è stata trasferita gradualmente a tutti i comparti della moda, consentiva ad ogni azienda, anche la più piccola e sconosciuta, di presentarsi sul mercato e di trovarvi uno spazio. La proliferazione continua di marche e di prodotti ad un certo punto è arrivata alla saturazione, dovendo fare i conti con una domanda – a livello di consumatore finale e a livello di canali distributivi – sempre più attenta e selettiva e, soprattutto, alla ricerca di una certa continuità nelle proposte delle aziende¹²⁷.

Al prodotto si è andata via via sostituendo la marca quale elemento di garanzia e fidelizzazione. La necessità di creare una forte *brand identity* comporta notevoli

¹²⁷ SAVIOLO, TESTA, *op. cit.*, p. 110.

investimenti sul piano della comunicazione, operando in un contesto sempre più internazionale. Questo ha innalzato la soglia minima degli investimenti, introducendo quindi notevoli barriere all'entrata, e inoltre ha portato a una crescita della dimensione media delle aziende.

Si è verificata inoltre una progressiva concentrazione tra le aziende esistenti, processo di cui hanno beneficiato soprattutto le griffe, cioè le marche facenti capo originariamente a delle case di moda o a dei singoli stilisti. Questo è avvenuto grazie alla loro propensione a sviluppare una relazione emotiva durevole con il consumatore, ma anche per le forti politiche di comunicazione realizzate con le risorse dei loro licenziatari. Un esempio di questo sono le licenze delle griffe nel settore dei profumi e degli occhiali, che rafforzano l'identità del marchio e permettono di incamerare grandi quantità di denaro senza troppi sforzi.

Oggi il punto vendita non è più solo un canale di distribuzione per il marchio, ma è considerato il punto di partenza per la costruzione della relazione con il consumatore finale, e quindi, anche per la definizione delle caratteristiche dell'offerta.

Il punto vendita si è anche evoluto verso il *concept store*, diventando così il veicolo di trasmissione dell'identità di marca più diretto e immediato; in questo contesto, il ruolo della distribuzione multimarca, è andato a ridimensionarsi a favore di quella monomarca. I marchi forti hanno gradatamente abbandonato la prima per dedicarsi all'apertura di spazi monomarca nel mondo. Questo processo è correlato a quanto avviene parlando dell'estensione merceologica in atto tra i principali marchi della moda, che necessita di spazi espositivi e modalità di esposizione non sempre congeniali a un punto vendita multimarca.

Questo percorso è nato all'interno delle griffe e si è poi esteso all'interno di marchi spiccatamente industriali come Diesel e Calzedonia, che di fatto hanno scelto di impostare la propria strategia di marca e distributiva in modo parallelo a quella adottata dalle case di moda.

Un altro aspetto della rivoluzione distributiva in atto è da ricercarsi nel fenomeno crescente, all'interno delle fasce di mercato di massa, delle *marche-retail*. Sono marchi di proprietà di aziende focalizzate sulla fase distributiva ma che al giorno d'oggi sono divenute concorrenti a tutti gli effetti delle marche industriali e delle griffe. In passato le *marche-retail* erano esclusivamente americane (Gap, Banana Republic) e generalmente rivolte al mercato nazionale di massa e poco orientato al prodotto moda. Negli anni '90 si assiste a un graduale spostamento del contenuto moda di tali catene, e soprattutto

all'ingresso nel mercato di nuove (anche di origine europea), come Zara, Mango e Hennes & Mauritz, corredato da una progressiva internazionalizzazione. Anche questo fattore ha contribuito a mettere in seria difficoltà una parte rilevante della filiera nazionale della moda¹²⁸.

¹²⁸ Cfr. SAVIOLO, TESTA, *op. cit.*, pp. 108-113.

7. Il modello di produzione asiatico

L'Asia orientale¹²⁹ è stata per lungo tempo esclusivamente un'area di produzione a basso costo per imprese occidentali. A partire dagli anni novanta però, i paesi della regione si sono dimostrati in grado di avere tassi di crescita miracolosi, che da un lato, hanno stimolato in modo impressionante i consumi locale, dall'altro hanno promosso lo sviluppo di nuovi paesi e attori industriali nel panorama del tessile e dell'abbigliamento mondiale.

Prima di analizzare i modelli industriali del settore dell'abbigliamento in questa regione, è utile rievocare alcune considerazioni generali sui modelli economici e sui percorsi di crescita seguiti in quest'area, così da poter inserire la realtà settoriale specifica all'interno di un'analisi economica più ampia.

Allo scopo di analizzare la relazione tra i flussi di commercio e di investimento intraregionale nel caso del tessile-abbigliamento, si è fatto affidamento sull'ipotesi del *flying geese*, che si concentra sul rapporto tra cambiamenti nello stadio di industrializzazione e vantaggio comparato dei paesi. In base a questa ipotesi, la dispersione di tecnologia che è propria dei modelli commerciali su particolari beni, viene trasmessa, tramite investimenti diretti, dal paese leader al paese *follower*. Le imprese del paese leader, con lo scopo di continuare a sfruttare i propri vantaggi di proprietà, uniti ai vantaggi in termini di costo dei fattori del paese ospite, sono portati a delocalizzare la produzione in quel paese. La combinazione di questi due fattori (investimenti diretti e produzione a minor costo) aiuta ad aumentare la competitività del bene sui mercati mondiali e porta a un aumento delle esportazioni dal paese *follower*. Nel tempo però, si attende un declino del vantaggio comparato del paese leader e invece ci si prospetta un aumento del vantaggio del paese *follower*. Vi è una certa evidenza del fatto che i paesi della regione asiatica abbiano seguito, a partire dagli anni cinquanta, il modello *flying geese*, specialmente riguardo ai modelli di specializzazione internazionale nel tessile-abbigliamento. Negli anni cinquanta e sessanta si è assistito alla cosiddetta "prima migrazione", che portò allo spostamento della produzione tessile e di abbigliamento dai paesi industrializzati (principalmente Giappone, Stati Uniti e Germania) ai "tre grandi" produttori asiatici: Hong Kong, Corea del Sud e Taiwan.

Le grandi imprese occidentali, che operavano principalmente a livello di mercato di massa, tendevano a delocalizzare la produzione in Asia quando si trattava di prodotti

¹²⁹ Parlando di Asia orientale si fa riferimento alla regione a est della penisola indiana e a ovest dell'Australia che comprende Cina, Hong Kong, Taiwan, Corea, i paesi del Sudest asiatico e Giappone.

continuativi e a maggiore intensità di manodopera, il tutto alla ricerca di un vantaggio di costo. Con il passare del tempo, il trasferimento di tecnologia e i controlli per assicurare l'osservazione di determinati standard qualitativi portò a un effetto di apprendimento da parte dei produttori locali, che nel tempo si orientarono quindi verso attività e prodotti a maggiore valore aggiunto, aumentando anche la quota di produzione destinata all'export. Nel 1980, la quota combinata di Hong Kong, Taiwan e Corea del Sud era pari al 10,3% delle esportazioni di tessile e abbigliamento mondiale, nel 1990 salì al 18,6%. Hong Kong era il leader dei tre paesi, con una crescita del 365% delle esportazioni nel decennio considerato¹³⁰.

A partire dalla fine degli anni settanta, questi tre paesi progressivamente perdettero attrattiva in qualità di siti produttivi, e il motivo principale è da ricercarsi nell'incremento del costo della manodopera e nella non disponibilità di quote per l'export. Avviarono così un processo di trasformazione in centri logistici e di servizio a capo di nuovi network produttivi, favorendo così la crescita di nuovi produttori nell'area: Cina, Thailandia, Malesia, Filippine, Vietnam. Il forte sviluppo di *trading companies*¹³¹ giapponesi, di Hong Kong e Taiwan operanti nel tessile nelle aree emergenti sembra suggerire la formazione di network regionali organizzati secondo il modello *flying geese*.

Quest'insieme di cambiamenti è stato definito "seconda migrazione" dell'industria del tessile-abbigliamento, facendo riferimento alla produzione dislocata dai tre grandi produttori (Hong Kong, Corea del Sud e Taiwan) verso nuove aree all'interno della regione.

La Cina sembra essere lo stato che maggiormente ha beneficiato di questo processo. Inoltre, è stato anche il paese che maggiormente ha beneficiato dell'eliminazione dell'Accordo multifibre¹³² e della liberalizzazione degli scambi nel settore a livello mondiale. Dopo il 1997, il ritorno di Hong Kong alla Cina ha fatto sì che esplodessero le esportazioni combinate tra i due paesi a livello mondiale. La Cina è

¹³⁰ GATT, International Trade, 1992.

¹³¹ La *trading company*, chiamata anche *shosha*, è uno dei principali attori sul mercato asiatico dell'abbigliamento. Nata originariamente in Giappone, svolge funzioni di ufficio commerciale centralizzato che provvede agli acquisti e alle vendite di determinate merceologie di prodotto, a livello sia nazionale che internazionale. Offre al dettagliante e al produttore una vasta serie di servizi di supporto che vanno dal finanziamento, all'assistenza tecnica, fino alla gestione diretta della rete di vendita. SAVIOLO, TESTA, *op. cit.*, p. 88.

¹³² L'Accordo multi fibre, siglato per la prima volta nel 1974, prevedeva una serie di quote bilaterali negoziate tra paesi sviluppati e paesi in via di sviluppo per il commercio internazionale di tessile-abbigliamento. Il sistema delle quote è stato completamente eliminato nel 2005. SAVIOLO, TESTA, *op. cit.*, p. 89.

diventata il più forte produttore al mondo, mentre Hong Kong svolge funzioni di centro finanziario e di servizio per l'intera regione.

Nel 2013 il paese era il primo esportatore mondiale di materie prime tessili, con circa il 34,5% delle quote di mercato globali. Il settore tessile è stato un settore di punta dello sviluppo industriale cinese ma, a partire dal 2008 ha subito qualche battuta d'arresto. I motivi principali sono la fluttuazione del prezzo delle materie prime (per il cotone si è registrato un aumento del 40% nel primo semestre del 2011), l'aumento del costo del lavoro (+20% l'anno), l'aumento del valore della moneta (RMB), la mancanza di liquidità e dell'accesso a capitale di rischio, un aumento del costo dell'energia e dell'acquisto di terreni per fini industriali, la crisi del debito negli USA.

Il settore tessile per decenni è stato vissuto esclusivamente come un settore puramente manifatturiero, fortemente *labor-intense*, poco propenso a qualsiasi tipo di innovazione. Soprattutto a causa dei motivi già elencati, a cui si lega una politica "centrale" di ricerca di nuove leve per la competitività, si intuiscono alcune traiettorie di cambiamento:

- creazione di brand di abbigliamento e di flagship store (nel caso dell'abbigliamento);
- finanziamenti specifici per attività di ricerca volta all'innovazione;
- collaborazioni con centri di ricerca universitari;
- internalizzazione del design;
- sviluppo di percorsi formativi interni;
- ulteriore delocalizzazione delle produzioni più legate alla manodopera verso la Cina continentale e altri paesi del sudest asiatico come Thailandia e Vietnam;
- informatizzazione e automazione.

Alcune di queste scelte vedono già manifestarsi alcune iniziative e prassi particolarmente sintomatiche della direzione che alcuni pionieri del comparto tessile stanno seguendo.

Ricerca e innovazione stanno diventando parole chiave, e rappresentano i requisiti essenziali che permettono anche alle aziende tessili di avere accesso a vari tipi di agevolazioni pubbliche: principalmente risorse finanziarie, agevolazioni fiscali e concessione di spazi all'interno dei parchi industriali (tecnologici e creativi)¹³³. Questo atteggiamento da parte delle imprese cinesi è perfettamente ricollocabile nel modello

¹³³ LOTTERSBERGER Anna, *Industrie creative tessili in Cina, Report dello stage svolto presso Jiangnan University, Wuxi – Cina*, Politecnico di Milano, 2011, cfr. p. 4.

delle *flying geese*, con il paese follower che sta iniziando a beneficiare del suo aumento di vantaggio rispetto ai paesi leader che vi hanno delocalizzato la produzione.

Ci si aspetta che le massicce delocalizzazioni in Cina da parte di produttori nord europei, americani e giapponesi porterà nel prossimo decennio a un consolidamento globale delle filiere del tessile e abbigliamento, con l'emergere di grandissime aziende con un sourcing prevalentemente asiatico e presenza in tutti i paesi del mondo come il distributore americano WalMart¹³⁴ e la trading integrata di Hong Kong Li & Fung¹³⁵.

¹³⁴ La Walmart Stores Inc è una multinazionale statunitense, proprietaria dell'omonima catena di negozi al dettaglio Walmart, fondata da Sam Walton nel 1962. È il più grande rivenditore al dettaglio nel mondo, prima multinazionale al mondo nel 2010 per fatturato e numero di dipendenti. Oggi è la più grande catena operante nel canale della grande distribuzione organizzata. (Consultato il 10-06-16), disponibile all'indirizzo <https://it.wikipedia.org/wiki/Walmart>

¹³⁵ Cfr. SAVIOLO, TESTA, *op. cit.*, pp. 86-90.

8. Il mercato del lusso cinese

Il mercato cinese del lusso sta assicurando alle maggiori aziende europee uno sbocco commerciale che, nel corso dei prossimi anni, continuerà a crescere costantemente. Storicamente, in Cina i prodotti di lusso hanno un prezzo di vendita più alto del 40% rispetto ai prezzi dei paesi d'origine delle griffe, per motivi legati soprattutto ai costi di logistica e ai dazi. Parallelamente, i consumatori cinesi hanno approfittato dell'eccezionale crescita del loro Paese che ha permesso di accedere al lusso facilmente e che ha contribuito a dare larga profittabilità a tutto il settore. Al primo posto delle intenzioni di acquisto e nelle preferenze del consumatore tipo cinese troviamo cosmetici ed abbigliamento, seguiti da accessori, orologi e gioielli.

Negli ultimi 10 anni il tasso di crescita dei consumi del settore lusso è aumentato costantemente di quasi il 20% annuo. La spesa media in Cina oggi per beni di lusso è stimata in oltre 1000 Euro annui pro capite, inclusi gli acquisti effettuati dai cinesi all'estero, che nelle capitali europee stanno contribuendo in maniera importante al mantenimento dei livelli di vendita nei negozi. Questi dati, messi a confronto con il totale della popolazione cinese, fanno sì che emerga come in realtà i 100 milioni di cinesi oggi considerati il mercato di riferimento per beni di lusso (di cui 300,000 con un patrimonio liquido di oltre un milione di Euro) hanno una capacità di spesa di oltre cinque volte superiore a quella dell'omologo consumatore con base in Europa.

In questo mercato inizialmente emergeva un approccio consapevole ma largamente influenzato da pubblicità e marketing rispetto ad una valutazione indipendente di qualità o di adeguatezza al proprio stile. Secondo uno studio dell'Australian Center for Retail Studies infatti, nel 2011, nelle ragioni che inducevano i consumatori cinesi all'acquisto, l'elemento di spinta maggiormente riscontrato (intorno al 60% dei casi) stava nella necessità di dimostrare il raggiungimento di uno status tramite l'acquisto di un bene, mentre solo una minoranza del 20% ha dichiarato che l'acquisto era stato effettuato per la necessità di possedere un prodotto di qualità più elevata, esattamente il contrario di quanto avviene solitamente nei mercati maturi, dove le percentuali sono invertite. Il rimanente 20% indicava l'acquisto come un modo per auto-premarsi con un prodotto costoso, dimostrando che l'acquisto per piacere personale sta prendendo piede.

Negli ultimi anni si sta assistendo a un cambio di rotta. L'aumento costante dell'attitudine ai viaggi sta portando alla formazione di un gruppo di consumatori che

stanno scoprendo il piacere della ricerca e della distinzione di prodotti e marchi non ancora disponibili in Cina. Questo ha portato alla nascita di uffici acquisti che si dedicano allo *scouting* di piccole realtà, soprattutto europee, da introdurre in Cina proprio per venire incontro alle esigenze di questa nuova nicchia di consumatori.

Stime aggiornate al 2013, ci informano di una profonda trasformazione delle leve del consumo: se fino a qualche anno prima i beni di lusso venivano considerati come indicatori puramente sociali, oggi i beni di lusso sono più il riflesso di competenza, di una miglior conoscenza dei prodotti e di stile, dove l'ultimo prodotto ha più valore rispetto a quello delle stagioni passate.

Il prezzo non è più il principale criterio d'acquisto, ma le proprietà del prodotto sono ritenute determinanti. Per oltre il 70% delle persone intervistate, i criteri fondamentali sono la qualità (74%), lo stile (71%) e il comfort (70%), cui segue l'immagine del marchio (69%). Il prezzo è rilevante solamente per il 65% degli intervistati, seguito dalla visibilità del logo che, fino a poco tempo prima, era invece un imperativo.

La possibilità di acquistare un bene di lusso sul sito ufficiale di ogni griffe è divenuta un altro importante criterio nell'acquisto, principalmente per la praticità di questo canale sia per l'ampia scelta che offre. Per i soli articoli di lusso il 27% degli intervistati prevede un acquisto online¹³⁶.

Il mercato rilevante si sta quindi ulteriormente segmentando, non per quanto concerne il livello di potere di spesa, ma per quanto riguarda l'esclusività del processo di acquisto. Nonostante sia ancora una minoranza, si può dire che ormai è una tendenza consolidata, che sta riguardando sia le donne che gli uomini, in ugual misura.

Va sottolineato che, più o meno fino al 2005, l'acquisto di beni di lusso avveniva quasi esclusivamente da parte di donne, che gestivano con totale autonomia qualsiasi tipo di spesa, per se stesse e per le loro famiglie. Nel 2013, la categoria maschile è emersa come quella che spende decisamente di più per l'acquisto dei beni di lusso, con la sola eccezione del comparto pelletteria. Nel settore gioielleria, considerando una spesa media di circa 7.000 € negli ultimi due anni, gli uomini avevano speso mediamente più di 9.000 €. Una differenza che si riscontrava anche nel settore

¹³⁶ *I beni di lusso in Cina: studio su evoluzioni e prospettive*, (consultato il 14-06-16), disponibile all'indirizzo <https://www.simon-kucher.com/it/news/i-beni-di-lusso-cina-studio-su-evoluzioni-e-prospettive>

orologeria, seconda categoria di prodotti per spesa sostenuta, con un paniere medio globale spalmato nei due anni che sfiorava i 6.000 €, in netto contrasto con la spesa sostenuta dalla clientela maschile cinese che ammontava a quasi 7.400 €.

Il prezzo continua a rappresentare un criterio importante, ma ora va interpretato in modo diverso dato che non costituisce un freno all'acquisto, anzi, dallo studio emerge che gli intervistati sono disposti a sostenere una spesa compresa tra 1.500 e 1.800 € per l'acquisto di una borsa oggi venduta a circa 1.300 €. La disponibilità d'acquisto per i beni di lusso sembra quindi offrire un margine di manovra certo a chi opera in questo settore. Invece, nonostante siano propensi a spendere per i prodotti di lusso, i cinesi non sono più disposti a pagarli di più rispetto al valore "occidentale" e per il 73% degli intervistati (di cui 83% donne), il fatto che il prezzo di un prodotto sia più elevato in Cina ne frena l'acquisto sul proprio mercato.

Da notare come il tardivo lancio delle ultime novità in Cina, per l'84% degli intervistati (90% delle donne) è diventato il principale freno all'acquisto; da qui si evidenzia come il *know-how* verso i prodotti ha rimpiazzato l'immagine sociale incentivando lo sviluppo del canale internet per i brand del lusso ed emerge lo status di priorità dei prodotti "novità".

Questa serie di elementi stanno favorendo un ampliamento del mercato, il tutto unito alla ormai estesa presenza di showroom monomarca dei grandi gruppi nelle maggiori città cinesi, favorendo anche aziende che in maniera autonoma non potrebbero affrontare gli investimenti di una distribuzione in Cina ma che cominciano ad ricevere attenzione da parte di importatori cinesi alla ricerca di novità ed anche di marginalità differenti da quelle che oramai sono imposte dai *player* più importanti.

Si tratta di una grande opportunità, che alcune piccole aziende europee, magari specializzate nella produzione di un singolo articolo di altissima qualità, stanno cogliendo, dando il via a piccole distribuzioni che, grazie alla fame di novità e di rinnovamento costante che sta pervadendo il consumatore cinese, hanno la possibilità di posizionarsi in maniera rapida in una nicchia di mercato che qualche anno fa sarebbe stato difficile anche solo immaginare¹³⁷.

¹³⁷ Federico PALAZZARI, "Luxury goods in Cina, analisi sulle nuove tendenze", *Corriere Asia*, (consultato il 14-06-16) disponibile all'indirizzo <http://www.corriereasia.com/notizie/luxury-goods-cina-analisi-sulle-nuove-tendenze>

PARTE SECONDA

Schede terminografiche e commento linguistico

9. Schede terminografiche

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> mantella

<Morphosyntax> f.

<Usage label> main term

<Source> ^Di Rienzo, 2006^: 134

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Sopravveste molto semplice, ampia e lunga,, in origine a ruota, senza maniche e con cappuccio, chiusa da un fermaglio posto sotto il collo, oppure allacciata in fondo.

<Source> cfr. ^Azzali, 2015^: 547

<Context> La mantella viene usata al posto del cappotto; permette di indossare qualsiasi tipo di abbigliamento, ed in particolare qualsiasi ampiezza delle maniche.

<Source> ^Di Rienzo, 2006^: 134

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words> ^cappa^, ^redingote^, ^finanziera^, ^cappotto^, ^soprabito^, ^poncho^

<Type of relation> coord.

<Related words> ^bottone^, ^asola^, cappuccio

<Type of relation> sub.

<Synonyms> Nel caso sia indossata da uomini, la “mantella” viene chiamata “tabarro”.

<Equivalence it-zh> Tra “mantella” e “斗篷” sussiste piena identità concettuale.

<it> tabarro

<Morphosyntax> m.

<Usage label> common

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Context> I capispalla nella loro essenziale purezza di tagli e motivi, dal tabarro al caban con fascia in pelle ad impermeabili camouflage nelle cromie del nero, si indossano rigorosi, con blazer e maglioni ton sur ton, sopra inappuntabili camicie.

<Source>^<http://www.vogue.it/> ^

<zh>斗篷

<Morphosyntax> noun

<Source>^迪莲佐, 2006^: 200

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 披在肩上的没有^袖子^的外衣。

<Source> ^XHC, 2012^: 316

<Context>单排纽斗篷大衣, 倒梯形;圆形的袖子在腕部有束带, 口袋也一样。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 200

<Concept field>服装

<Related words>^ 披肩^, ^弗若克式大衣^, ^小腰身女式大衣^, ^大衣^, ^庞裘披肩^, ^外套^

<Type of relation> coord.

<Related words> ^纽扣^, ^扣眼^, 兜帽

<Type of relation>sub.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> casacca

<Morphosyntax> f.

<Source> ^<http://www.stylosophy.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Giacca di linea sciolta, di comoda ampiezza.

<Source> ^Di Rienzo, 2006^: 14

<Context> Le casacche asimmetriche catturano l'attenzione così come i crop top caratterizzati non solo da sottili righe ma anche da trame che ricordano dei fiori ma di natura più astratta e stilizzata.

<Source> ^<http://www.stylosophy.it/>^

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words> ^bottone^, ^asola^, ^manica^, ^tasca^

<Type of relation> sub.

<Related words> ^tuta^

<Type of relation> super.

<Equivalence it-zh> Tra “casacca” e “哥萨克式外套” sussiste piena identità concettuale.

<zh>哥萨克式外套

<Morphosyntax> noun group

<Origin> adapted loan word

<Source> ^迪莲佐, 2006^: 144

<Definition> 带宽松线条的外套。

<Source> ^迪莲佐, 2006^: 18

<Context> 风衣式大衣与哥萨克式外套“混血”并与回潮的宽版裤搭配穿着。

<Source> ^ <http://www.vogue.com.cn/> ^

<Concept field> 服装

<Related words> ^纽扣^, ^扣眼^, ^袖子^, ^衣兜^

<Type of relation> sub.

<Related words> ^连衣裙^

<Type of relation> super.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> sciallato

<Morphosyntax> adj.

<Source> ^<http://junglam.com/> ^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Collo o bavero a ^scialle^ di giacca, cappotto, abito o camicia, sia femminile che maschile, di taglio più o meno ampio e profondo, incrociato sul petto, privo di dentellatura.

<Source> cfr. ^Azzali, 2015^: 786

<Context> Dai cappotti in puro cammello lunghi e corti, zibellinati, con collo sciallato e/o con cappuccio a quelli color cammello in lana e cachemire e in lana dalla linea classica o moderna, per l'autunno-inverno 2015 il brand emiliano propone una grande varietà di generi e stili per ogni occasione.

<Source>^http://junglam.com/

<Concept field> Parte di capo di abbigliamento

<Related words> ^collo alla coreana^, ^revers^, ^collo alla marinara^, ^polo^

<Type of relation>coord.

<Related words>^colletto^

<Type of relation>super.

<Equivalence it-zh> Tra “sciallato” e “围巾领” sussiste piena identità concettuale.

<zh>围巾领

<Morphosyntax> noun group

<Source>^迪莲佐, 2006^: 206

<Definition> 与领子连成一片的^翻领^中的一种。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 19

<Context>此款大衣有着宽大的围巾领，前身的钉扣非常独特。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 206

<Concept field> 服装的部分

<Related words> ^立领^, ^翻领^, ^海军领^, ^马球领^

<Type of relation> coord.

<Related words> ^领子^

<Type of relation> super.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> scollatura

<Morphosyntax> f.

<Usage label> main term

<Source> ^Di Rienzo, 2006^: 196

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Apertura di un indumento all'altezza del collo sul petto o sulla schiena ; di solito si riferisce ad indumenti femminili.

<Source> cfr. ^Azzali, 2015^: 790

<Context> Abito da sera con scollatura ampia, dalla manica classica a punta sulla spalla.

<Source> ^Di Rienzo, 2006^: 196

<Concept field> Parte di capo di abbigliamento

<Related words> scollatura quadrata, scollatura rettangolare, scollatura a trapezio, scollatura a rombo, scollatura a V, scollatura a girocollo, ^scollatura a barchetta^, scollatura a uovo

<Type of relation>sub.

<Related words> ^robe-manteau^, ^scamiciato^

<Type of relation>super.

<Synonyms> Il termine “scollo” indica la scollatura, l’apertura, più o meno accentuata di un indumento, sul collo e sul petto e, per estensione indica anche il collo e la parte del petto che rimane scoperta.

<Equivalence it-zh> Tra “scollatura” e “领口 ” sussiste piena identità concettuale.

<it> scollo

<Morphosyntax> m.

<Source>^Azzali, 2015^: 790

<Context> Con le maglie in un unico ferro, procedete lavorando normalmente e arrivate a metà degli anelli, fermatevi e prendete il terzo ferro, lavorate, quindi normalmente l'altra metà delle maglie. In questo modo avrete i due ferri che suddividono in modo simmetrico la parte posteriore del vostro maglione all'altezza desiderata da cui fare partire lo scollo.

<Source>^<http://faidatemaniam.pianetadonna.it/>^

<zh> 领口

<Morphosyntax> noun

<Usage label> main term

<Source>^郑, 2013^: 158

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition>衣服上两肩之间套住脖子的孔及其边缘。

<Source>^XHC, 2012^: 828

<Context> Step 4 : 领口和前门襟贴边车缝。

<Source>^郑, 2013^: 158

<Concept field>服装的部分

<Related words> 正方形领口, 长方形领口, 梯形领口, 菱形领口, V形领口, 圆领口,
^船形领口^, 鸡蛋领口

<Type of relation>sub.

<Related words> ^长袍披肩^, ^连衣裙^

<Type of relation>super.

<Synonyms> “领圈”是”领口”的近义词.

<zh> 领圈

<Morphosyntax> noun

<Category> spelling variant

<Usage label> common

<Source>^迪莲佐, 2006^: 140

<Variant of> ^领口^

<Context> “V”形领圈和落肩式的服装。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 140

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> bottone

<Morphosyntax> m.

<Origin> adapted loan word

<Source> ^Jenkyn Jones, 2011^: 90

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Accessorio cucito o attaccato su un bordo del lembo dell'indumento e infilato nell'^occhiello^ corrispondente sul lembo opposto, serve a tenere unite e chiuse le aperture e può essere applicato come ornamento.

<Source> cfr. ^Azzali, 2015^: 122

<Context> Il rapporto tra i materiali e la prezzatura non è sempre scontato ; ad esempio produrre magliette spesso costa di più che realizzare giacche e bottoni costosi possono aumentare il prezzo di un soprabito più di una cintura o una fibbia.

<Source> ^Jenkyn Jones, 2011^: 90

<Concept field> Rifiniture

<Related words> ^asola^

<Type of relation>general

<Related words> ^redingote^, ^finanziera^, ^cappotto^, ^soprabito^, ^giacca^, ^giubbotto^, ^trench^, ^frac^, ^robe-manteau^, ^montgomery^, ^mantella^, ^cappa^, ^gonna^, ^minigonna^, ^maxigonna^, ^gonna pantalone^, ^camicia^, ^blusa^, ^abito^, ^tailleur^, ^scamiciato^, ^jeans^, ^pantalone^, ^shorts^, ^zuava^

<Type of relation>super.

<Note> Il termine “pulsante” è generalmente considerato un sinonimo di “bottone”, ma solo al di fuori del campo dell'abbigliamento.

<Equivalence it-...> Tra “bottone” e “纽扣” sussiste piena identità concettuale.

<zh> 纽扣

<Morphosyntax> noun

<Source>^郑, 2013^: 190

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition>可以把衣服等扣起来的小形球状物或片状物.

<Source>^XHC, 2012^: 955

<Context> 开扣眼，缝纽扣。

<Source>^郑, 2013^: 190

<Concept field> 后处理

<Related words> ^扣眼^

<Type of relation>general

<Related words> ^小腰身女式大衣^, ^园垂尾式大衣^, ^大衣^, ^外套^, ^夹克^, ^轻便夹克^, ^战壕风衣^, ^燕尾服^, ^长袍披肩^, ^粗呢大衣^, ^斗篷^, ^披肩^, ^裙子^, ^迷你裙^, ^超长裙^, ^裙裤^, ^衬衫^, ^宽大罩衫^, ^西服^, ^套装^, ^连衣裙^, ^牛仔褲^, ^裤子^, ^短裤^, ^灯笼褲^

<Type of relation> super.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> asola

<Morphosyntax> f.

<Usage label> main term

<Source>^<http://www.gqitalia.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Piccolo taglio nel tessuto di un abito, orlato con punto a smerlo, destinato ad accogliere il ^bottonone^.

<Source>^Zingarelli, 2005^: 158

<Concept field> Rifiniture

<Related words>^bottonone^, ^cerniera^

<Type of relation>general

<Related words>^redingote^, ^finanziera^, ^cappotto^, ^soprabito^, ^giacca^, ^giubbotto^, ^trench^, ^frac^, ^robe-manteau^, ^montgomery^, ^mantella^, ^cappa^, ^gonna^, ^minigonna^, ^maxigonna^, ^gonna pantalone^, ^camicia^, ^blusa^, ^abito^, ^tailleur^, ^scamiciato^, ^jeans^, ^pantalone^, ^shorts^, ^zuava^

<Type of relation>super.

<Equivalence it-zh> Tra “asola” e “扣眼” sussiste piena identità concettuale.

<it> occhiello

<Morphosyntax> m.

<Usage label> common

<Source>^Azzali, 2015^: 122

<Context> Il ^bottonone^ è un’accessorio cucito o attaccato su un bordo del lembo dell’indumento e infilato nell’occhiello corrispondente sul lembo opposto, serve a tenere unite e chiuse le aperture e può essere applicato come ornamento

<Source>^Azzali, 2015^: 122

<zh> 扣眼

<Morphosyntax> noun

<Source>^郑, 2013^: 190

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition>套住纽扣的小孔。

<Source>^XHC, 2012^: 748

<Context> 开扣眼, 缝纽扣。

<Source>^郑, 2013^: 190

<Concept field> 后处理

<Related words> ^纽扣^, ^拉链^

<Type of relation>general

<Related words>^小腰身女式大衣^, ^园垂尾式大衣^, ^大衣^, ^外套^, ^夹克^, ^轻便夹克^, ^战壕风衣^, ^燕尾服^, ^长袍披肩^, ^粗呢大衣^, ^斗篷^, ^披肩^, ^裙子^, ^迷你裙^, ^超长裙^, ^裙裤^, ^衬衫^, ^宽大罩衫^, ^西服^, ^套装^, ^连衣裙^, ^牛仔褲^, ^裤子^, ^短裤^, ^灯笼褲^

<Type of relation>super.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> cerniera

<Morphosyntax> f.

<Usage label> main term

<Origin> adapted loan word

<Source>^Jenkyn Jones, 2011^: 193

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Dispositivo di chiusura per vestiti, borse e simili, consistente in una doppia fila di dentini di metallo o plastica che si incastrano azionando un cursore.

<Source>^Zingarelli, 2005^: 346

<Context> La scelta dei tipi di cucitura e cerniera dipende dalla stoffa utilizzata, dalla finalità dell'indumento e dallo stile del modello.

<Source>^Jenkyn Jones, 2011^: 193

<Concept field> Rifiniture

<Related words> ^cappotto^, ^giacca^, ^giubbotto^, ^trench^, ^montgomery^, ^gonna^, ^minigonna^, ^maxigonna^, ^gonna pantalone^, ^camicia^, ^blusa^, ^abito^, ^tailleur^, ^scamiciato^, ^jeans^, ^pantalone^, ^shorts^, ^zuava^, ^tuta^

<Type of relation>super.

<Related words>^bottone^, ^asola^

<Type of relation>general

<Synonyms> Il termine “cerniera”, sta ad indicare quella chiusura fatta con denti di metallo o di plastica che si saldano ad incastro, è molto usata nell'abbigliamento e deriva dal francese charnière. Per esaltare la praticità della cerniera fu poi creata l'espressione sostitutiva “chiusura lampo”. È stata poi adottata l'espressione onomatopeica monosillabica “zip”, che deriva dall'inglese. Per contrastare la diffusione della versione inglese, in seguito si è vista la diffusione del termine “lampo”, ma tutte queste parole non hanno nessuna differenza concettuale.

<Equivalence it-zh> Tra “cerniera” e “拉链” sussiste piena identità concettuale.

<it> chiusura lampo

<Morphosyntax> noun group, f.

<Usage label> common

<Source>^Azzali, 2015^: 221

<it> zip

<Morphosyntax> f.

<Usage label> common

<Style label> colloquial

<Origin> loan word

<Source>^Zingarelli, 2005^: 2055

<it> lampo

<Morphosyntax> m.

<Category> abbreviation

<Usage label> common

<Source>^Zingarelli, 2005^: 973

<Variant of>^chiusura lampo^

<zh>拉链

<Morphosyntax> noun

<Usage label> main term

<Source>^水野, 2014^: 115

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition>一种可以分开和锁合的链条形的金属或塑料制品，用来缝在衣服，口袋或皮包等上面。

<Source>^XHC, 2012^: 765

<Context> 在正面看不见缝线的拉链为急形拉链。

<Source>^水野, 2014^: 115

<Concept field> 后处理

<Related words> ^纽扣^, ^扣眼^

<Type of relation>general

<Related words> ^大衣^, ^夹克^, ^轻便夹克^, ^战壕风衣^, ^粗呢大衣^, ^裙子^, ^迷你裙^, ^超长裙^, ^裙裤^, ^衬衫^, ^宽大罩衫^, ^西服^, ^套装^, ^连衣裙^, ^牛仔裤^, ^裤子^, ^短裤^, ^灯笼裤^, ^连衣裤^

<Type of relation>super.

<Synonyms>“拉锁”是”拉链”的近义词.

<zh> 拉锁

<Morphosyntax> noun

<Category> spelling variant

<Usage label> common

<Source>^XHC, 2012^: 756

<Variant of> ^拉链^

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> scialle

<Morphosyntax> m.

<Origin> adapted loan word

<Source>^<http://beauty.pianetadonna.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Indumento femminile di origine orientale, formato da un pezzo di tessuto triangolare, quadrato o a forma di ruota; viene portato sulle spalle, sopra l'abito.

<Source>^Azzali, 2015^: 786

<Context> Per una serata particolare uno scialle di seta risulta ideale per impreziosire un abito elegante, magari coprendo de tutto collo e decollété e lasciando completamente scoperta la schiena.

<Source>^<http://beauty.pianetadonna.it/>^

<Concept field> Accessori

<Related words> ^foulard^, ^sciarpa^

<Type of relation> coord.

<Related words>^fusciacca^

<Type of relation>general

<Equivalence it-zh> Tra “scialle” e “围巾” sussiste piena identità concettuale.

<zh> 围巾

<Morphosyntax>noun

<Source>[^]<http://zh.wikihow.com/>[^]

<Lexica> 按 [^]XHC, 2012[^].

<Definition>围在脖子上保暖，保护衣领或做装饰织品或纺织品。

<Source>[^]XHC, 2012[^]: 1353

<Context> 作为织围巾的初学者，最好使用粗针和膨体毛线，这会使围巾的编织变得更快更轻松。

<Source>[^]<http://zh.wikihow.com/>[^]

<Concept field>服饰品

<Related words> [^]披巾[^], [^]围脖儿[^]

<Type of relation> coord.

<Related words> [^]腰带[^]

<Type of relation>general

<Synonyms>“披肩”是“围巾”的近义词。

<zh>披肩

<Morphosyntax> noun

<Source> [^]XHC, 2012[^]: 985

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> gonna

<Morphosyntax> f.

<Usage label> main term

<Source> ^Gnoli, 2012^: 110

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Capo di abbigliamento femminile che ricopre il corpo dalla vita in giù, di foggia e lunghezza variabili.

<Source> ^Azzali, 2015^: 436

<Context> La linea a corolla proposta da Dior, fatta di corsetti, fianchi imbottiti e gonne gonfie lunghe al polpaccio evocava, per molti versi, il fascino delle vite sottili della fine degli anni trenta, unito all'amore per le linee ottocentesche.

<Source> ^Gnoli, 2012^: 110

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words> gonna a palloncino, gonna a pieghe, gonna a tubo, ^gonna pantalone^, ^minigonna^, ^maxigonna^, ^kilt^, ^tasca^, ^bottono^, ^asola^, ^cerniera^, ^spacco^

<Type of relation>sub.

<Related words> ^tailleur^

<Type of relation>super.

<Synonyms> Il termine “sottana” è il termine originariamente usato per indicare questo capo di abbigliamento e ha un'attestazione antica, risalente al medioevo, mentre il termine “gonna” è stato attestato per la prima volta nel 1846. Al giorno d'oggi spesso

non viene più usato per indicare il capo d'abbigliamento femminile che ricopre il corpo dalla vita in giù, ma è più frequente il suo uso per indicare la sottoveste femminile.

<Equivalence it-zh> Tra “gonna” e “裙子” sussiste piena identità concettuale.

<it> sottana

<Morphosyntax> f.

<Usage label> uncommon

<Source>^Azzali, 2015^: 436

<zh>裙子

<Morphosyntax> noun

<Source>^ <http://zh.wikihow.com/>^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 一种围在腰部以下，没有裙腿的服装。

<Source>^XHC, 2012^: 1082

<Context>腰部的松紧带最终会装饰在外，所以记得选择和裙子搭配的松紧带哦

<Source>^ <http://zh.wikihow.com/>^

<Concept field>服装

<Related words> ^裙裤^, ^迷你裙^, ^超长裙^, ^褶皱短裙^, ^衣兜^, ^纽扣^, ^扣眼^, ^拉链^, ^裂缝^

<Type of relation>sub.

<Related words>^套装^

<Type of relation>super.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> gonna pantalone

<Morphosyntax> noun group

<Source> ^<http://www.cosmopolitan.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Gonna sportiva tagliata a foggia di largo pantalone.

<Source> ^Zingarelli, 2005^: 1257

<Context> La gonna pantalone è tornata ufficialmente di moda. Lunga e ampia da rapper, corta come un paio di shorts (che però sono sexy come una minigonna), in pelle o di seta da vera fashionista.

<Source> ^<http://www.cosmopolitan.it/>^

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words> gonna a palloncino, gonna a pieghe, gonna a tubo, ^minigonna^, ^maxigonna^, ^kilt^

<Type of relation> coord.

<Related words> ^gonna^

<Type of relation> super.

<Related words> ^bottone^, ^asola^, ^cerniera^, ^tasca^

<Type of relation> sub.

<Equivalence it-zh> Tra “gonna pantalone” e “裙裤” sussiste piena identità concettuale.

<zh>裙裤

<Morphosyntax> noun

<Source>^ <http://www.ixiumei.com/>^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition>一种裤筒肥大，穿在身上看上像裙子的女裤。

<Source>^XHC, 2012^: 1082

<Context>裙裤是^裤子^与裙子的一种结合体，也是夏季较为常见的服装。

<Source>^ <http://www.ixiumei.com/>^

<Concept field>服装

<Related words> ^迷你裙^, ^超长裙^, ^褶皱短裙^

<Type of relation>coord.

<Related words> ^裙子^

<Type of relation>super.

<Related words> ^纽扣^, ^扣眼^, ^拉链^, ^衣兜^

<Type of relation>sub.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> minigonna

<Morphosyntax> f.

<Origin> loan translation

<Source>^Gnoli, 2012^: 213

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> ^Gonna^ a lunghezza variabile, ma sempre al di sopra del ginocchio ; nella moda odierna, giunge appena sotto l'inguine.

<Source>^Azzali, 2015^: 568

<Context> Nello stesso tempo, mentre la Quant di disputava con lo stilista francese André Courregès l'invenzione della minigonna – per poi arrivare a dire : « Non siamo stati né io né Courregès a inventarla, ma le ragazze in giro per strada » -, la designer di origine polacca Barbara Hulanicki fondò nel 1964 Biba, boutique che presto si sarebbe trasformata in un luogo di culto internazionale.

<Source>^Gnoli, 2012^: 213

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words> gonna a palloncino, gonna a pieghe, gonna a tubo, ^gonna pantalone^, ^maxigonna^, ^kilt^

<Type of relation>sub.

<Related words> ^gonna^

<Type of relation>super.

<Related words> ^bottono^, ^asola^, ^cerniera^, ^tasca^

<Type of relation>sub.

<Equivalence it-zh> Tra “minigonna” e “迷你裙” sussiste piena identità concettuale.

<zh>迷你裙

<Morphosyntax> noun

<Origin> adapted loan word

<Source>^ <http://dress.pclady.com.cn/>^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition>非常短的^裙子^。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 19

<Context> 今年的九月刊, 《VOGUE》与 Louis Vuitton 联手打造的“迷你裙”复古风, 以强势的态度宣告 2014 秋冬流行元素的降临, 也重新唤起了对 60 年代的时尚记忆。

<Source>^ <http://dress.pclady.com.cn/>^

<Concept field>服装

<Related words> ^裙裤^, ^超长裙^, ^褶皱短裙^

<Type of relation>coord.

<Related words> ^裙子^

<Type of relation>super.

<Related words> ^纽扣^, ^扣眼^, ^拉链^, ^衣兜^

<Type of relation>sub.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> maxigonna

<Morphosyntax> f.

<Source>^<http://www.unadonna.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> ^Gonna^ molto lunga, quasi fino a terra.

<Source>^Di Rienzo, 2006^: 15

<Context> Il successo della maxigonna, in effetti, è legato alla sua natura versatile: a seconda degli abbinamenti, può essere un capo adatto a tutte le situazioni, da quelle più informali alle occasioni che esigono una certa eleganza.

<Source>^<http://www.unadonna.it/>^

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words> gonna a palloncino, gonna a pieghe, gonna a tubo, ^gonna pantalone^, ^minigonna^, ^kilt^

<Type of relation>sub.

<Related words> ^gonna^

<Type of relation>super.

<Related words> ^bottono^, ^asola^, ^cerniera^, ^tasca^

<Type of relation>sub.

<Equivalence it-zh> Tra “maxigonna” e “超长裙” sussiste piena identità concettuale.

<zh>超长裙

<Morphosyntax> noun

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Definition>几乎触及地面的非常长的^裙子^。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 19

<Context>我们中大部分人整个夏天都穿着自己喜爱的超长裙，享受它带来的欢乐时光。

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Concept field>服装

<Related words> ^裙裤^, ^迷你裙^, ^褶皱短裙^

<Type of relation>coord.

<Related words> ^裙子^

<Type of relation>super.

<Related words> ^纽扣^, ^扣眼^, ^拉链^, ^衣兜^

<Type of relation>sub.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> revers

<Morphosyntax> m.

<Origin> loan word

<Source>^<http://www.gqitalia.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Grammar> La forma plurale rimane invariata.

<Definition> Risvolto di varie dimensioni, posto sul davanti dell'abito o del mantello o della giacca.

<Source>^Azzali, 2015^: 746

<Context> Iniziando la disamina dall'alto, l'occhio dell'esperto cadrà sull'altezza del collo: a Milano è più basso rispetto a quello napoletano, ciò comportando un revers necessariamente più corto, sia nel doppiopetto che nel monopetto.

<Source>^<http://www.gqitalia.it/>^

<Concept field> Parte di capo di abbigliamento

<Related words> ^sciallato^, ^collo alla coreana^, ^collo alla marinara^, ^polo^

<Type of relation>coord.

<Related words> ^colletto^, ^redingote^, ^finanziera^, ^cappotto^, ^soprabito^, ^giacca^, ^trench^, ^frac^, ^abito^, ^tailleur^

<Type of relation>super.

<Equivalence it-zh> Tra “revers” e “翻领” sussiste piena identità concettuale.

<zh> 翻领

<Morphosyntax> noun

<Usage label> main term

<Source>^迪莲佐, 2006^: 194

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition>衣领的一种样式, 领子上部翻转向外, 或全部翻转向外, 领口敞开。

<Source>^XHC, 2012^: 356

<Context> 此款服装带翻领, 后身有假钮扣的垂尾, 可以说是“迷你”燕尾服。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 194

<Concept field> 服装的部分

<Related words>^立领^, ^围巾领^, ^海军领^, ^马球领^

<Type of relation>coord.

<Related words>^领子^, ^小腰身女式大衣^, ^园垂尾式大衣^, ^大衣^, ^外套^, ^夹克^, ^战壕风衣^, ^燕尾服^, ^西服^, ^套装^

<Type of relation>super.

<Synonyms>“驳头”是“翻领”的近义词.

<zh> 驳头

<Morphosyntax> noun

<Usage label> uncommon

<Source>^迪莲佐, 2006^: 19

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> collo alla coreana

<Morphosyntax> noun group, m.

<Usage label> main term

<Source>^<http://www.halibutwear.com/>^

<Definition> Colletto classico per capi maschili e femminili : è applicato specialmente su camicie. Formato da un listino rigido, alto da due a sei centimetri, può essere rinforzato all'interno, è aperto sul davanti e, di solito, ha le punte arrotondate.

<Source>^Azzali, 2015^: 243

<Context> Se siete alla ricerca di un capo che unisce semplicità, classe e carattere, allora la camicia con il collo alla coreana fa al caso vostro.

<Source>^<http://www.halibutwear.com/>^

<Concept field> Parte di capo di abbigliamento

<Related words> ^sciallato^, ^revers^, ^collo alla marinara^, ^polo^

<Type of relation>coord.

<Related words> ^colletto^

<Type of relation>super.

<Synonyms> “Collo a guru”, “collo a listello”, “collo a listino”, “collo alla cinese”, “collo in piedi” sono tutti sinonimi di “collo alla coreana”, che al giorno d’oggi appare come il termine più diffuso per indicare questo tipo di collo.

<Equivalence it-zh> Tra “collo alla coreana” e “立领” sussiste piena identità concettuale.

<it> collo a guru

<Morphosyntax> noun group, m.

<Usage label> uncommon

<Source>^Azzali, 2015^: 243

<it> collo a listello

<Morphosyntax> noun group, m.

<Usage label> uncommon

<Source>^Azzali, 2015^: 243

<it> collo a listino

<Morphosyntax> noun group, m.

<Usage label> uncommon

<Source>^Azzali, 2015^: 243

<it> collo alla cinese

<<Morphosyntax> noun group, m.

<Usage label> uncommon

<Source>^Azzali, 2015^: 243

<it> collo in piedi

<Morphosyntax> noun group, m.

<Usage label> uncommon

<Source>^Azzali, 2015^: 243

<zh> 立领

<Morphosyntax> noun

<Source>^http://www.gq.com.cn/

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 衣领的一种样式，领子直立，不向外翻。

<Source>^XHC, 2012^: 799

<Context>与翻领衬衫的老少皆宜相比，立领衬衫更加年轻化，一直延伸到领口的竖排纽扣让衣领敞开的大小更加随意，若隐若现的锁骨和胸肌凸显性感气息，总是成为目光聚焦的焦点。

<Source>[^]<http://www.gq.com.cn/>[^]

<Concept field>服装的部分

<Related words>[^]翻领[^], [^]围巾领[^], [^]海军领[^], [^]马球领[^]

<Type of relation>coord.

<Related words>[^]领子[^]

<Type of relation>super.

<Synonyms>>“高圆领儿”是“立领”的近义词.

<zh>高圆领儿

<Morphosyntax> noun group

<Usage label> uncommon

<Source>[^]Casacchia, 2013[^]: 957

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> blusa

<Morphosyntax> f

<Origin> adapted loan word

<Source>^http://www.diredonna.it/

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Camicetta da donna non aderente.

<Source>^Zingarelli, 2005^: 240

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words> ^camicia^

<Type of relation>super.

<Related words> ^bottono^, ^asola^, ^tasca^, ^manica^, ^colletto^, ^cerniera^

<Type of relation>sub.

<Equivalence it-zh> Tra “blusa” e “宽大罩衫” sussiste piena identità concettuale.

<zh>宽大罩衫

<Morphosyntax> noun group

<Definition> 不贴身的上衣。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 19

<Concept field> 服装

<Related words> ^衬衫^

<Type of relation>super.

<Related words> ^纽扣^, ^扣眼^, ^衣兜^, ^袖子^, ^领子^, ^拉链^

<Type of relation>sub.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> camicia

<Morphosyntax> f.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Indumento maschile e femminile di stoffa generalmente leggera, con maniche lunghe o corte e abbottonatura, che copre la parte superiore del corpo.

<Source>^Zingarelli, 2005^: 287

<Context> Coco Chanel sconvolge il mondo della moda e dei corsetti, virando al maschile: pantaloni, morbida camicia bianca e cardigan, ancora oggi.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words>^blusa^, ^bottono^, ^asola^, ^tasca^, ^manica^, ^colletto^, ^cerniera^

<Type of relation>sub.

<Equivalence it-zh> Tra “camicia” e “衬衫” sussiste piena identità concettuale.

<zh> 衬衫

<Morphosyntax> noun

<Source>^郑, 2013^: 168

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition>穿在里面的西式单上衣，也可以单穿。

<Source>^XHC, 2012^: 162

<Context>确认款式有领台衬衫。

<Source>^郑, 2013^: 168

<Concept field>服装

<Related words>^宽大罩衫^, ^纽扣^, ^扣眼^, ^衣兜^, ^袖子^, ^领子^, ^拉链^

<Type of relation>sub.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> sottogonna

<Morphosyntax> f.

<Source>^<http://beauty.pianetadonna.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> E' indumento intimo a forma di ^gonna^ trattenuto in vita da un elastico : vario nella linea, si indossa sotto la gonna specialmente se non è foderata.

<Source>^Azzali, 2015^: 825

<Context> Potremo scegliere il colore della sottogonna che si abbini all'abito o alla gonna oppure, se siamo indecise sul colore da scegliere, prendiamola sicuramente bianca: quelle nere e di altri colori potrebbero intravedersi sotto gonne più leggere mentre quelle bianche sono ideali per gonne sia chiare sia scure.

<Source>^<http://beauty.pianetadonna.it/>^

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words> ^gonna^

<Type of relation>general

<Synonyms> Il termine “sottana” era originariamente utilizzato per indicare la gonna intesa come indumento femminile, mentre al giorno d’oggi è più frequente il suo utilizzo per indicare la “sottogonna”.

<Equivalence it-zh.> Tra “sottogonna” e “衬裙” sussiste piena identità concettuale.

<it> sottana

<Morphosyntax> f.

<Usage label> uncommon

<Source>^Zingarelli, 2005^: 1742

<zh> 衬裙

<Morphosyntax> noun

<Source>^ <http://www.ellechina.com/>^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition>很轻的衬衣，用来确定轮廓和蓬松度。

<Source>^迪莲佐，2006^: 19

<Context> 泫雅一直以性感著称，此次她的衬裙 Look 则更显青春，小背心搭配热裤与短袜，看起来舒适又性感。

<Source>^ <http://www.ellechina.com/>^

<Concept field> 服装

<Related words> ^裙子^

<Type of relation>general

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> cappa

<Morphosyntax> f.

<Source> ^<http://www.vogue.it>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Mantello con o senza cappuccio, con spacchi sul davanti per far uscire le braccia.

<Source> ^Di Rienzo, 2006^: 14

<Context> A campana e in panno rigido per creare una sovrastruttura che chiude il corpo femminile in un'armatura couture: le cappe sono le nuove protagoniste per il prossimo inverno.

<Source> ^<http://www.vogue.it>^

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words> ^mantella^, ^redingote^, ^finanziera^, ^soprabito^, ^poncho^, ^cappotto^, ^montgomery^

<Type of relation> coord.

<Related words> ^tasca^, ^asola^, ^bottone^, cappuccio

<Type of relation> sub.

<Equivalence it-zh.> Tra “cappa” e “披肩” sussiste piena identità concettuale.

<zh>披肩

<Morphosyntax> noun

<Source>^ <http://www.7y7.com/>^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition 1> 带兜帽或不带兜帽的斗篷，前边有开口，用于伸手。

<Source>^迪莲佐，2006^: 18

<Definition 2> 披在肩上的服饰。

<Source>^XHC, 2012^: 985

<Context 1> 印花披肩对视觉有着强烈的冲击力，也能起到提高整体时尚度的作用，绝对是冬季出街最佳选择之一。

<Source>^ <http://www.7y7.com/>^

<Concept field> 服装

<Related words> ^斗篷^, ^弗若克式大衣^, ^小腰身女式大衣^, ^园垂尾式大衣^, ^庞裘披肩^, ^外套^, ^大衣^, ^粗呢大衣^, ^围脖儿^, ^披巾^

<Type of relation>coord.

<Related words> ^衣兜^, ^扣眼^, ^纽扣^, 兜帽

<Type of relation>sub.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> scollatura a barca

<Morphosyntax> noun group, f.

<Source>^<http://beauty.pianetadonna.it/>^

<Definition> Prende il nome dalla caratteristica forma, è un tipo di ^scollatura^ alta davanti e scostata lateralmente dal collo.

<Source>^Di Rienzo, 2006^: 14

<Context> La ^scollatura^ a barca, arriva proprio sopra le spalle ed è caratterizzata da un bordo più spesso o più elastico leggermente più scollato rispetto ad una maglietta girocollo.

<Source>^<http://beauty.pianetadonna.it/>^

<Concept field> Parte di capo di abbigliamento

<Related words> scollatura quadrata, scollatura rettangolare, scollatura a trapezio, scollatura a rombo, scollatura a V, scollatura a girocollo, scollatura a uovo

<Type of relation>coord.

<Equivalence it-zh.> Tra “scollatura a barca” e “船形领口” sussiste piena identità concettuale.

<zh>船形领口

<Morphosyntax> noun group

<Source>^ <http://vogue.moonbasa.com/>^

<Definition> 因其特别的形状而得名的领口，开口很高，肩部很宽阔。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 18

<Context> 不同身形的新娘适合不同款式的新娘婚纱与头饰，i-D 摄影为你解析苗条型：有压褶裥竖线，竖折，前排钮扣，V 形领口以及王妃接缝的款式，看上去显得细长苗条；i-D 摄影为你解析宽松型：短竖线样式，宽裙带，宽肩，船形领口，低腰；i-D 摄影为你解析平衡型：匀称你的体形。

<Source>^ <http://vogue.moonbasa.com/>^

<Concept field>服装的部分

<Related words>正方形领口, 长方形领口, 梯形领口, 菱形领口, V形领口, 圆领口, 鸡蛋领口, ^立领^, ^翻领^

<Type of relation>coord.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> manica

<Source>^Di Rienzo, 2006^: 204

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Parte di un indumento maschile o femminile che ricopre il braccio.

<Source>^Zingarelli, 2005^: 1049

<Context> La forma della manica è un trapezio rovesciato.

<Source>^Di Rienzo, 2006^: 204

<Concept field> Parte di capo di abbigliamento

<Related words>^manica a kimono^, ^manica a prosciutto^, ^manica Raglan^, ^manica a sbuffo^, manica a campana, manica a guanto, manica a martello, manica a pagoda, manica a palloncino, ^polsino^, ^paramano^

<Type of relation>sub.

<Related words>^redingote^, ^finanziera^, ^cappotto^, ^soprabito^, ^giacca^, ^giubbotto^, ^trench^, ^frac^, ^robe-manteau^, ^montgomery^, ^blusa^, ^camicia^, ^abito^, ^tailleur^

<Type of relation>super.

<Equivalence it-zh> Tra “manica” e “袖子” sussiste piena identità concettuale.

<zh> 袖子

<Morphosyntax> noun

<Source>^郑, 2013^: 183

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 衣服套在胳膊上的筒状部分。

<Source>^XHC, 2012^: 1467

<Context>前后肩线对合(修正领围和袖窿), 前后肋边对合(修正袖窿和下摆), 袖子袖下线。

<Source>^郑, 2013^: 183

<Concept field>服装的部分

<Related words>^和服袖^, ^火腿形衣袖^, ^插肩袖^, ^裂缝^, ^袖口^, ^翻袖^

<Type of relation>sub.

<Related words>^小腰身女式大衣^, ^园垂尾式大衣^, ^大衣^, ^外套^, ^夹克^, ^轻便夹克^, ^战壕风衣^, ^燕尾服^, ^长袍披肩^, ^粗呢大衣^, ^宽大罩衫^, ^西服^, ^套装^, ^泡泡袖^

<Type of relation>super.

<Synonyms> “袖管”是”袖子”的近义词.

<zh> 袖管

<Morphosyntax> noun

<Category> spelling variant

<Usage label> common

<Source> ^XHC, 2012^: 1467

<Variant of> ^袖子^

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> manica a kimono

<Morphosyntax> noun group, f.

<Usage label> main term

<Origin> loan translation

<Source> ^Di Rienzo, 2006^: 188

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Manica priva di taglio, ricavata dallo stesso tessuto che forma il davanti e il dietro del vestito.

<Source> ^Azzali, 2015^: 542

<Context> Cappotto con manica a kimono su linea trapezio.

<Source> ^Di Rienzo, 2006^: 188

<Concept field> Parte di capo di abbigliamento

<Related words> ^manica^

<Type of relation> super.

<Related words>^manica a prosciutto^, ^manica Raglan^, ^manica a sbuffo^, manica a campana, manica a guanto, manica a martello, manica a pagoda, manica a palloncino

<Type of relation>coord.

<Synonyms> I gruppi nominali “manica alla geisha” e “manica alla giapponese” sono sinonimi di “manica a kimono”. “Manica alla ghèiscia” invece è una variante di “manica alla geisha”.

<Equivalence it-zh> Tra “manica a kimono” e “和服袖” sussiste piena identità concettuale.

<it> manica alla geisha

<Morphosyntax> noun group, f.

<Usage label> common

<Source>^Azzali, 2015^: 542

<it> manica alla ghèiscia

<Morphosyntax> noun group, f.

<Category> spelling variant

<Usage label> uncommon

<Source>^Azzali, 2015^: 542

<Variant of>^manica alla geisha^

<it> manica alla giapponese

<Morphosyntax> noun group, f.

<Usage label> common

<Source>^Azzali, 2015^: 542

<zh>和服袖

<Morphosyntax> noun group

<Origin> loan translation

<Source>^ <http://www.haibao.com/>^

<Definition> 无袖孔接缝，前后片连成一片裁剪的袖子。

<Source>^迪莲佐，2006^: 18

<Context> 当地时间 2014 年 7 月 30 日，卡梅隆·迪亚兹 (Cameron Diaz) 身着圣罗兰 (Saint Laurent) 和服袖黑色羊毛裙配黑色皮带出席电影《Sex Tape》墨西哥首映式。

<Source>^ <http://www.haibao.com/>^

<Concept field>服装的部分

<Related words> ^袖子^

<Type of relation>super.

<Related words>^火腿形衣袖 ^, ^插肩袖^, ^泡泡袖^

<Type of relation>coord.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> manica a prosciutto

<Morphosyntax> noun group, f.

<Usage label> main term

<Source>^Di Rienzo, 2006^: 154

<Definition> ^Manica^ lunga, con larghezza molto pronunciata all'attaccatura dove presenta fitte piegoline o arricciature raccolte dal giromanica, più stretta dal gomito al polso.

<Source>^Azzali, 2015^: 543

<Context> Abito scollato a “V” con maniche a prosciutto ; la gonna che parte dal taglio a impero è a ruota.

<Source>^Di Rienzo, 2006^: 154

<Concept field> Parte di capo di abbigliamento

<Related words>^manica^

<Type of relation>super.

<Related words>^manica a kimono^, ^manica Raglan^, ^manica a sbuffo^, manica a campana, manica a guanto, manica a martello, manica a pagoda, manica a palloncino

<Type of relation>coord.

<Synonyms> I gruppi nominali “manica a cosciotto” e “manica à gigot” sono sinonimi di “manica a prosciutto”.

<Equivalence it-zh> Tra “manica a prosciutto” e “火腿形衣袖” sussiste piena identità concettuale.

<it> manica a cosciotto

<Morphosyntax> noun group, f.

<Usage label> uncommon

<Source>^Azzali, 2015^: 541

<it> manica à gigot

<Morphosyntax> noun group, f.

<Usage label> uncommon

<Source>^Azzali, 2015^: 541

<zh>火腿形衣袖

<Morphosyntax> noun group

<Origin> adapted loan word

<Source>^迪莲佐, 2006^: 100

<Definition> 在肩部接缝处显得饱满而宽大的袖子。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 18

<Context> 在袖中心带有一个尖形剪裁样式的火腿形衣袖。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 100

<Concept field> 服装的部分

<Related words> ^袖子^

<Type of relation>super.

<Related words>^和服袖^, ^插肩袖^, ^泡泡袖^

<Type of relation>coord.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> manica Raglan

<Morphosyntax> noun group, f.

<Source>^<http://www.askanews.it/>^

<Definition> Manica attaccata con una cucitura che si apre a raggiera dalla base del collo all'ascella, la lunghezza è variabile.

<Source>^Azzali, 2015^: 729

<Context> Novità di quest'anno è il rilancio di un capo che viene dal passato, dagli anni '70, il cappotto con manica raglan che era stata abbandonata negli ultimi anni, noi l'abbiamo riproposta in tessuti particolari con delle forme rivisitate.

<Source>^<http://www.askanews.it/>^

<Concept field> Parte di capo di abbigliamento

<Related words>^manica^

<Type of relation>super.

<Related words>^manica a kimono^, ^manica a prosciutto^, ^manica a sbuffo^, manica a campana, manica a guanto, manica a martello, manica a pagoda, manica a palloncino

<Type of relation>coord.

<Synonyms> Il termine “raglan” spesso è usato da solo per indicare questo tipo di manica.

<Equivalence it-zh> Tra “manica Raglan” e “插肩袖” sussiste piena identità concettuale.

<it> Raglan

<Morphosyntax> m.

<Category> short form

<Usage label> common

<Source>^Azzali, 2015^: 729

<Variant of>^manica Raglan^

<zh>插肩袖

<Morphosyntax> noun group

<Source>^周, 2004^: 57

<Definition>一种袖子，通过斜肩接缝与衣服相连。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 18

<Context>按袖子装接方法的不同，可分为装袖，插肩袖，连袖和组合袖等。

<Source>^周, 2004^: 57

<Concept field>服装的部分

<Related words> ^袖子^

<Type of relation>super.

<Related words>^和服袖^, ^火腿形衣袖^, ^泡泡袖^

<Type of relation>coord.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> manica a sbuffo

<Morphosyntax> noun group, f.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Definition> Manica ampia, arricciata all'attaccatura bassa della spalla, per poi diventare stretta gradatamente dal gomito al polso (nel caso di una manica lunga). Attualmente è facile trovare maniche a sbuffo costruite al contrario, con la parte alta stretta, che si allarga a partire dal gomito fino ad arrivare al polso.

<Source> cfr. ^Azzali, 2015^: 544

<Context> Vena romantica anche nelle maniche vittoriane: è il *praire dress* di Erdem, che lascia scoperto solo parte del braccio, o l'abito di Alexander McQueen con manica a sbuffo.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Parte di capo di abbigliamento

<Related words>^manica^

<Type of relation>super.

<Related words>^manica a kimono^, ^manica a prosciutto^, ^manica Raglan^, manica a campana, manica a guanto, manica a martello, manica a pagoda, manica a palloncino

<Type of relation>coord.

<Equivalence it-zh> Tra “manica a sbuffo” e “泡泡袖” sussiste piena identità concettuale.

<zh>泡泡袖

<Morphosyntax> noun group

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Definition> 通常指衣袖的肥大。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 19

<Context> 几乎每个女生都是浪漫主义者, 欧洲中世纪奢华元素——宫廷泡泡袖无疑带给了那些女孩子们梦幻般的浪漫, 让人着迷。2013 秋冬季, 设计师们在袖子上玩起了花样, 无论是灵巧的小泡袖还是华丽的大泡袖, 都出现在风格各异的服装上。

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Concept field>服装的部分

<Related words> ^袖子^

<Type of relation>super.

<Related words>^和服袖^, ^火腿形衣袖^, ^插肩袖^

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> colletto

<Morphosyntax> m.

<Usage label> main term

<Source>^Jenkyn Jones, 2011^: 174

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Il termine indica la parte alta di vesti o camicie, disposta intorno al collo, cioè cucita all'incollatura.

<Source>^Azzali, 2015^: 241

<Context> La forma del collo o del colletto può essere determinata dal tipo di tessuto usato, dalla stagione, dall'occasione e dalla confezione.

<Source>^Jenkyn Jones, 2011^: 174

<Concept field> Parte d capo di abbigliamento

<Related words>^collo alla coreana^, ^revers^, ^sciallato^, ^collo alla marinara^, ^polo^

<Type of relation>sub.

<Related words> ^redingote^, ^finanziera^, ^giacca^, ^giubbotto^, ^trench^, ^cappotto^, ^soprabito^, ^frac^, ^robe-manteau^, ^montgomery^, ^camicia^, ^blusa^

<Type of relation>super.

<Synonyms> “Collo”, “bavero”, “collare” e “pistagna” sono tutti sinonimi del termine “colletto”. Nel caso in cui si parli di camicie da uomo, può essere chiamato anche “solino”.

<Equivalence it-zh> Tra “colletto” e “领子” sussiste piena identità concettuale.

<it> collo

<Morphosyntax> m.

<Usage label> common

<Style label> informal

<Source>^Azzali, 2015^: 241

<it> bavero

<Morphosyntax> m.

<Usage label> common

<Style label> formal

<Source>^Azzali, 2015^: 241

<it> collare

<Morphosyntax> m.

<Usage label> uncommon

<Style label> formal

<Source>^Azzali, 2015^: 241

<it> pistagna

<Morphosyntax> f.

<Usage label> uncommon

<Style label> formal

<Source>^Azzali, 2015^: 241

<it> solino

<Morphosyntax> m.

<Usage label> uncommon

<Style label> formal

<Source>^Azzali, 2015^: 241

<zh> 领子

<Morphosyntax> noun

<Usage label> main term

<Source>^<http://www.vogue.com.cn/>^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 衣服上围绕脖子的部分。

<Source>^XHC, 2012^: 828

<Context> 2012 秋冬季在领子上的设计花样繁多。

<Source>^<http://www.vogue.com.cn/>^

<Concept field> 服装的部分

<Related words>^立领^, ^翻领^, ^围巾领^, ^海军领^, ^马球领^

<Type of relation>sub.

<Related words>^小腰身女式大衣^, ^夹克^, ^园垂尾式大衣^, ^轻便夹克^, ^战壕风衣^, ^大衣^, ^外套^, ^燕尾服^, ^长袍披肩^, ^粗呢大衣^, ^宽大罩衫^, ^衬衫^

<Type of relation>super.

<Synonyms> “衣领”是“领子”的近义词.

<zh> 衣领

<Morphosyntax> noun

<Category> spelling variant

<Usage label> common

<Source>^HYFFC, 2012^: 293

<Variant of> ^领子^

<Context>由于汗水和天然油脂不断积累，衣领周围经常留有污渍。

<Source>^ <http://zh.wikihow.com/>^

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> collo alla marinara

<Morphosyntax> noun group, m.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Collo ampio sul dietro e sulle spalle a forma rettangolare che finisce a punta sul davanti.

<Source>^Di Rienzo, 2006^ : 14

<Context> Vedi anche l'elaborato look, con collo alla marinara e skirt a balze, che mescola varie dimensioni temporali, di John Galliano, e la versione, felicemente nostalgica, di Tsumori Chisato.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Parte di capo di abbigliamento

<Related words> ^sciallato^, ^revers^, ^collo alla coreana^, ^polo^

<Type of relation>coord.

<Related words> ^colletto^

<Type of relation>super.

<Equivalence it-zh> Tra “collo alla marinara” e “海军领” sussiste piena identità concettuale.

<zh>海军领

<Morphosyntax> noun group

<Origin> loan translation

<Source>^ <https://www.douban.com/>^

<Definition> 后面的肩部宽阔的领子，长方形，在前面的尖角结束。

<Source>^迪莲佐，2006^: 19

<Context>鹿少女定制日系软妹猫耳朵爱心口袋牛角扣海军领学院淘宝定制款的！

<Source>^ <https://www.douban.com/>^

<Concept field>服装的部分

<Related words> ^围巾领^, ^翻领^, ^立领^, ^马球领^

<Type of relation>coord.

<Related words> ^领子^

<Type of relation>super.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> polo

<Morphosyntax> adj.

<Usage label> common

<Style label> informal

<Source>^Di Rienzo, 2006^ : 14

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Collo aperto con abbottonatura che scende fino a metà del petto.

<Source>^Di Rienzo, 2006^ : 14

<Concept field> Parte di capo di abbigliamento

<Related words> ^sciallato^, ^revers^, ^collo alla coreana^, ^collo alla marinara^

<Type of relation>coord.

<Related words> ^colletto^

<Type of relation>super.

<Equivalence it-zh> Tra “polo” e “马球领” sussiste piena identità concettuale.

<zh>马球领

<Morphosyntax> noun group

<Origin> loan translation

<Source>^迪莲佐, 2006^: 19

<Definition> 钉扣的，中途下伸至前面的开口领子。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 19

<Concept field> 服装的部分

Related words> ^围巾领^, ^翻领^, ^立领^, ^海军领^

<Type of relation>coord.

<Related words> ^领子^

<Type of relation>super.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> linea

<Morphosyntax> f.

<Source> ^Jenkyn Jones, 2011^: 169

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Nell'abbigliamento è termine generico che definisce un modello specifico o un determinato tipo di taglio o volume o lunghezza di un indumento oppure di un completo di capi e accessori che formano un insieme. La linea è data da tutte quelle caratteristiche che contraddistinguono un capo d'abbigliamento esterno o intimo, nel suo complesso e nei particolari.

<Source> ^Azzali, 2015^: 518

<Context> Il modello e la linea di uno stesso capo si possono utilizzare con molti tessuti differenti, per il giorno, la sera o per realizzare un capo di grande effetto pur mantenendo una certa coerenza in tutta la collezione.

<Source> ^Jenkyn Jones, 2011^: 169

<Concept field> Stile di capo di abbigliamento

<Related words> ^linea a campana^, ^linea a rendigote^, ^linea a trapezio^, ^linea a V^, ^linea impero^, ^linea a pipistrello^, ^linea a ruota^, ^linea ad anfora^, linea aderente, linea a sacco, linea a T, ^linea a uovo^, linea a clessidra, linea a copriteiera, linea a corolla, linea ad H, linea ad I, linea a palloncino, linea a S, linea a sirena, linea a Y, linea cardinale, linea freccia

<Type of relation>sub.

<Synonyms> Il termine “stile” è spesso usato per indicare la “linea” di un abito, anche se il concetto che esprime il primo non corrisponde totalmente a quanto espresso dal termine “linea”, dato che è più vasto.

<Note> Lo stesso problema sinonimico riscontrabile tra i termini “linea” e “stile” è riscontrabile in lingua cinese tra il termine “款式” e il termine “风格”

<Equivalence it-zh> Tra “linea” e “款式” sussiste identità concettuale parziale, in quanto 款式 in italiano viene generalmente tradotto con “stile” oppure “modello”, ma in ambito sartoriale viene usato spesso per indicare la “linea” di un abito.

<it> stile

<Morphosyntax> m.

<Usage label> common

<Source>[^]<http://www.vogue.it/>[^]

<Context> Lo stile impero si afferma nei primi anni dell’ottocento (1804 circa), quando sotto il dominio di Napoleone I, LeRoy, sarto dell’imperatrice Giuseppina Bonaparte, lancia una nuova moda a corte ispirata all’abbigliamento degli antichi romani.

<Source>[^]<http://www.vogue.it/>[^]

<zh>款式

<Morphosyntax> noun

<Usage label> main term

<Source>[^]迪莲佐, 2006[^]: 22

<Lexica> 按 [^]XHC, 2012[^].

<Definition> 服装的式样。

<Source>^Luzon, 2016^

<Context> 第一批这种款式的衣服要追溯到二十世纪初，大约在 1915/20 年左右，在这种做做工上有过多种探索。

<Source>^迪莲佐，2006^: 22

<Concept field>服装风格

<Related words> ^喇叭式^, ^紧身细腰形的款式^, ^梯形款式^, ^倒梯形^, ^帝国式^, ^蝙蝠式^, ^圆形^, ^瓮形^, ^蛋形的款式^

<Type of relation>sub.

<Synonyms> “风格”是”款式”的近义词.

<zh>风格

<Morphosyntax> noun

<Usage label> common

<Source>^迪莲佐，2006^: 150

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> linea a sigaretta

<Morphosyntax> noun group, f.

<Source>^http://www.elle.it/^

<Definition> Linea semplice e pulita che scende dritta fino all'orlo, nel caso di abiti è caratterizzata da spalle giuste e piuttosto piccole.

<Source>^Di Rienzo, 2006^ : 23

<Context> Dolce&Gabbana punta su tweed e Principe di Galles nell'abito tre-pezzi con gilè incorporato, linea a sigaretta e polacchine stringate.

<Source>^http://www.elle.it/

<Concept field> Stile di capo di abbigliamento

<Related words> ^linea a campana^, ^linea a rendigote^, ^linea a trapezio^, ^linea a V^, ^linea impero^, ^linea a pipistrello^, ^linea a ruota^, ^linea ad anfora^, linea aderente, linea a sacco, linea a T, ^linea a uovo^, linea a clessidra, linea a copriteiera, linea a corolla, linea ad H, linea ad I, linea a palloncino, linea a S, linea a sirena, linea a Y, linea cardinale, linea freccia

<Type of relation>coord.

<Related words> ^linea^

<Type of relation>super.

<Synonyms> “Linea a matita” viene spesso usato per indicare la “linea a sigaretta”.

<Equivalence it-zh> Tra “linea a sigaretta” e “香烟式” sussiste piena identità concettuale.

<it> linea a matita

<Morphosyntax> noun group, f.

<Usage label> common

<Source>^Di Rienzo, 2006^ : 23

<zh>香烟式

<Morphosyntax> noun group

<Origin> loan translation

<Source>^迪莲佐, 2006^: 184

<Definition>一个简洁的款式, 从正合适的肩部或更恰当的说窄小的肩部笔直垂至底边。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 23

<Context>铅笔形或香烟形大衣, 和服袖, 带三角形衬布。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 184

<Concept field>服装风格

<Related words> ^喇叭式^, ^紧身细腰形的款式^, ^梯形款式^, ^倒梯形^, ^帝国式^, ^蝙蝠式^, ^圆形^, ^瓮形^, ^蛋形的款式^

<Type of relation>coord.

<Related words> ^款式^

<Type of relation>super.

<Synonyms> “铅笔式”是”香烟式”的近义词.

<zh>铅笔式

<Morphosyntax> noun group

<Source>^迪莲佐, 2006^: 23

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> linea a campana

<Morphosyntax> noun group, f.

<Usage label> main term

<Source> ^Di Rienzo, 2006^ : 25

<Definition> E' una linea che accarezza la parte superiore del corpo, per poi allargarsi all'orlo assumendo la forma di una campana.

<Source> ^Di Rienzo, 2006^ : 25

<Concept field> Stile di capo di abbigliamento

<Related words> ^linea a sigaretta^, ^linea a rendigote^, ^linea a V^, ^linea a triangolo^, ^linea impero^, ^linea a pipistrello^, ^linea a ruota^, ^linea ad anfora^, linea aderente, linea a sacco, linea a T, ^linea a uovo^, linea a clessidra, linea a copriteiera, linea a corolla, linea ad A, linea ad H, linea ad I, linea a palloncino, linea a S, linea a sirena, linea a Y, linea cardinale, linea freccia

<Type of relation> coord.

<Related words> ^linea^

<Type of relation> super.

<Synonyms> “Linea a calice” viene spesso usato per indicare la “linea a campana”.

<Equivalence it-zh> Tra “linea a campana” e “喇叭式” sussiste piena identità concettuale.

<it> linea a calice

<Morphosyntax> noun group, f.

<Usage label> common

<Source>^Di Rienzo, 2006^ : 25

<zh>喇叭式

<Morphosyntax> noun group

<Origin> loan translation

<Usage label> main term

<Source>^迪莲佐, 2006^: 25

<Definition>这是一种上身合体, 下摆象喇叭一样放宽的款式。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 25

<Concept field>服装风格

<Related words> ^香烟式^, ^紧身细腰形的款式^, ^梯形款式^, ^倒梯形^, ^帝国式^, ^蝙蝠式^, ^圆形^, ^瓮形^, ^蛋形的款式^

<Type of relation>coord.

<Related words> ^款式^

<Type of relation>super.

<Synonyms> “花萼式”, “钟式”和“酒杯式”是”喇叭式”的近义词.

<zh>花萼式

<Morphosyntax> noun group

<Source>^迪莲佐, 2006^: 25

<zh>钟式

<Morphosyntax> noun

<Source>^迪莲佐, 2006^: 146

<zh>酒杯式

<Morphosyntax> noun group

<Source>^迪莲佐, 2006^: 146

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> linea a redingote

<Morphosyntax> noun group, f.

<Source>^Di Rienzo, 2006^ : 26

<Definition> E' una line che ricorda i cappotti militari del 1800 : la vita è stretta e il fondo svasato a godet. Spesso è completata da una cintura ed è particolarmente indicata per i soprabiti.

<Source>^Azzali, 2015^: 519

<Concept field> Stile di capo di abbigliamento

<Related words> ^linea a sigaretta^, ^linea a campana^, ^linea a trapezio^, ^linea a V^, ^linea impero^, ^linea a pipistrello^, ^linea a ruota^, ^linea ad anfora^, linea aderente, linea a sacco, linea a T, ^linea a uovo^, linea a clessidra, linea a copriteiera, linea a corolla, linea ad H, linea ad I, linea a palloncino, linea a S, linea a sirena, linea a Y, linea cardinale, linea freccia

<Type of relation>coord.

<Related words>^linea^

<Type of relation>super.

<Related words>^redingote^

<Type of relation>general

<Equivalence it-zh> Tra “linea a redingote” e “紧身细腰形的款式” sussiste piena identità concettuale.

<zh>紧身细腰形的款式

<Morphosyntax> noun group

<Usage label> main term

<Source>^迪莲佐，2006^: 26

<Definition>这种款式的特点是非常纤细的腰身，它通过裁剪或皮带的装饰来表现，可以是连身的，或两件的，下身可以具有不同的宽度和长度。

<Source>^迪莲佐，2006^: 26

<Concept field>服装风格

<Related words> ^香烟式^, ^喇叭式^, ^梯形款式^, ^倒梯形^, ^帝国式^, ^蝙蝠式^, ^圆形^, ^瓮形^, ^蛋形的款式^

<Type of relation>coord.

<Related words> ^款式^

<Type of relation>super.

<Related words>^小腰身女式大衣^

<Type of relation>general

<Synonyms> “细腰式” 是“喇叭式” 的近义词.

<zh> 细腰式

<Morphosyntax> noun group

<Source>^迪莲佐, 2006^: 148

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> linea a trapezio

<Morphosyntax> noun group, f.

<Usage label> main term

<Source>^<http://www.dejavuteam.com/>^

<Definition> Conferisce alla figura femminile una forma trapezoidale: dalle spalle strette, l'abito man mano si va ad allargare verso l'orlo, non evidenziando né vita né i fianchi.

<Source>^Azzali, 2015^: 520

<Context> Il genio Yves Saint Laurent si rivela subito all'altezza e con l'invenzione della linea a “Trapezio” del 1958, non solo ci propone una donna in linee nuove, libera ormai da ogni reclusione e forzatura, ma salva il mercato delle esportazioni francesi di moda di cui la maison Dior deteneva il 50% circa.

<Source>^<http://www.dejavuteam.com/>^

<Concept field> Stile di capo di abbigliamento

<Related words> ^linea a sigaretta^, ^linea a campana^, ^linea a redingote^, ^linea a V^, ^linea impero^, ^linea a pipistrello^, ^linea a ruota^, ^linea ad anfora^, linea aderente, linea a sacco, linea a T, ^linea a uovo^, linea a clessidra, linea a copriteiera, linea a corolla, linea ad H, linea ad I, linea a palloncino, linea a S, linea a sirena, linea a Y, linea cardinale, linea freccia

<Type of relation>coord.

<Related words>^linea^

<Type of relation>super.

<Synonyms> “Linea ad A” è il nome di una linea creata da Dior nel 1955 che viene spesso confusa erroneamente con la “linea a trapezio”. La forma globale di un abito caratterizzato dalla “linea ad A” è simile a quella di un abito caratterizzato da una “linea a trapezio”, da qui la nascita dell’equivoco.

<Equivalence it-zh> Tra “linea a trapezio” e “梯形款式” sussiste piena identità concettuale.

<it> linea ad A

<Morphosyntax> noun group, f.

<Usage label> rejected

<Source>^Azzali, 2015^: 519

<zh>梯形款式

<Morphosyntax> noun group

<Origin> loan translation

<Source>^迪莲佐, 2006^: 27

<Definition> 肩部颇窄，没有腰身，底部放宽这样以来就形成了一个不规则四边形。

<Source>^迪莲佐，2006^: 27

<Concept field>服装风格

<Related words> ^香烟式^, ^喇叭式^, ^紧身细腰形的款式^, ^倒梯形^, ^帝国式^, ^蝙蝠式^, ^圆形^, ^瓮形^, ^蛋形的款式^

<Type of relation>coord.

<Related words> ^款式^

<Type of relation>super.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> linea a V

<Morphosyntax> noun group, f.

<Usage label> main term

<Source>^Azzali, 2015^: 520

<Definition> L'abito ha spalle molto ampie ed è stretto all'orlo. Il nome deriva dalla forma globale dell'abito.

<Source>^Azzali, 2015^: 520

<Concept field> Linea di capo di abbigliamento

<Related words> ^linea a sigaretta^, ^linea a campana^, ^linea a redingote^, ^linea a trapezio^, ^linea impero^, ^linea a pipistrello^, ^linea a ruota^, ^linea ad anfora^, linea aderente, linea a sacco, linea a T, ^linea a uovo^, linea a clessidra, linea a copriteiera, linea a corolla, linea ad H, linea ad I, linea a palloncino, linea a S, linea a sirena, linea a Y, linea cardinale, linea freccia

<Type of relation>coord.

<Related words>^linea^

<Type of relation>super.

<Synonyms> “Linea a triangolo”, “linea a trapezio rovesciato” e “linea a tronco di cono rovesciato” sono tutte espressioni usate per riferirsi alla “linea a V”.

<Equivalence it-zh> Tra “linea a V” e “倒梯形” sussiste piena identità concettuale.

<it> linea a triangolo

<Morphosyntax> noun group, f.

<Usage label> common

<Source>^Di Rienzo, 2006^ : 28

<it> linea a trapezio rovesciato

<Morphosyntax> noun group, f.

<Usage label> common

<Source>^Di Rienzo, 2006^ : 28

<it> linea a tronco di cono rovesciato

<Morphosyntax> noun group, f.

<Usage label> uncommon

<Source>^Azzali, 2015^: 520

<zh> 倒梯形

<Morphosyntax> noun group

<Usage label> main term

<Source>^ <http://www.qinxue365.com/>^

<Definition> 款式主要体现为非常宽和高的肩部(因为有结实的垫肩) 和明显收窄的底部。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 28

<Context> 倒梯形的服装其外形特征是上大下小, 上宽下紧的样式。

<Source>^ <http://www.qinxue365.com/>^

<Concept field> 服装风格

<Related words> ^香烟式^, ^喇叭式^, ^紧身细腰形的款式^, ^梯形款式^, ^帝国式^, ^蝙蝠式^, ^圆形^, ^瓮形^, ^蛋形的款式^

<Type of relation> coord.

<Related words> ^款式^

<Type of relation> super.

<Synonyms> “三角形” 是”倒梯形” 的近义词.

<zh> 三角形

<Morphosyntax> noun group

<Usage label> common

<Source>^迪莲佐, 2006^: 28

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> linea impero

<Morphosyntax> noun group, f.

<Usage label> main term

<Source>^Azzali, 2015^: 520

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Nell'abito femminile la vita resta molto alta, segnata sotto il seno, in modo da snellire e slanciare la figura, imprimendole una forma leggermente svasata verso il basso.

<Source>^Azzali, 2015^: 844

<Concept field> Stile di capo di abbigliamento

<Related words> ^linea a sigaretta^, ^linea a campana^, ^linea a redingote^, ^linea a trapezio^, ^linea a V^, ^linea a pipistrello^, ^linea a ruota^, ^linea ad anfora^, linea aderente, linea a sacco, linea a T, ^linea a uovo^, linea a clessidra, linea a copriteiera, linea a corolla, linea ad H, linea ad I, linea a palloncino, linea a S, linea a sirena, linea a Y, linea cardinale, linea freccia

<Related words>^linea^

<Type of relation>super.

<Synonyms> Nel caso di un abito caratterizzato da una “linea a impero”, è frequente l’uso dell’espressione “stile impero” per definirne la linea, nonostante il termine stile sia meno specifico del termine linea.

<Equivalence it-zh> Tra “linea impero” e “帝国式” sussiste piena identità concettuale.

<it> stile impero

<Morphosyntax> noun group, m.

<Category> spelling variant

<Usage label> common

<Source>^Azzali, 2015^: 844

<Variant of>^linea a impero^

<Context> Lo stile impero si afferma nei primi anni dell’ottocento (1804 circa), quando sotto il dominio di Napoleone I, LeRoy, sarto dell’imperatrice Giuseppina Bonaparte, lancia una nuova moda a corte ispirata all’abbigliamento degli antichi romani.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<zh> 帝国式

<Morphosyntax> noun group

<Origin> loan translation

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Definition>这种款式的特点是收腰的位置高于腰部，紧底于胸部下面一点的式样。

<Source>^迪莲佐，2006^: 29

<Context> 王妃这位准妈妈穿上粉蓝色帝国式高腰裙配搭 Rupert Sanderson MALONE 灰色麂皮高跟鞋，显得轻盈动人。

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Concept field>服装风格

<Related words> ^香烟式^, ^喇叭式^, ^紧身细腰形的款式^, ^梯形款式^, ^倒梯形^, ^蝙蝠式^, ^圆形^, ^瓮形^, ^蛋形的款式^

<Type of relation>coord.

<Related words> ^款式^

<Type of relation>super.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> linea a pipistrello

<Morphosyntax> noun group, f.

<Source>^Di Rienzo, 2006^ : 31

<Definition> Linea caratterizzata dalla particolarità delle maniche ampie unite al corpino, di solito parte dalla vita e stringe al polso.

<Source>^Di Rienzo, 2006^ : 31

<Concept field> Stile di capo di abbigliamento

<Related words> ^linea a sigaretta^, ^linea a campana^, ^linea a redingote^, ^linea a trapezio^, ^linea a V^, ^linea a pipistrello^, ^linea a ruota^, ^linea ad anfora^, linea aderente, linea a sacco, linea a T, ^linea a uovo^, linea a clessidra, linea a copriteiera, linea a corolla, linea ad H, linea ad I, linea a palloncino, linea a S, linea a sirena, linea a Y, linea cardinale, linea freccia

<Type of relation>coord.

<Related words>^linea^

<Type of relation>super.

<Equivalence it-zh> Tra “linea a pipistrello” e “蝙蝠式” sussiste piena identità concettuale.

<zh> 蝙蝠式

<Morphosyntax> noun group

<Source>^<http://www.yoka.com/>^

<Definition>这种款式的特点是宽大的袖子与身体连在一起，从腰部开始直到袖口收紧。

<Source>^迪莲佐，2006^: 31

<Context> 蝙蝠式的宽松造型，纯色系优雅毛衣外套。

<Source>^<http://www.yoka.com/>^

<Concept field>服装风格

<Related words> ^香烟式^, ^喇叭式^, ^紧身细腰形的款式^, ^梯形款式^, ^倒梯形^, ^帝国式^, ^圆形^, ^瓮形^, ^蛋形的款式^

<Type of relation>coord.

<Related words> ^款式^

<Type of relation>super.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> linea a ruota

<Morphosyntax> noun group, f.

<Source>^Di Rienzo, 2006^ : 32

<Definition> Questa linea parte dalla base della ^mantella^ a ruota o tabarro, che si è poi sviluppata negli anni '60 nelle gonne o nelle mantelle eleganti.

<Source>^Di Rienzo, 2006^ : 32

<Concept field> Stile di capo di abbigliamento

<Related words> ^linea a sigaretta^, ^linea a campana^, ^linea a redingote^, ^linea a trapezio^, ^linea a V^, ^linea a pipistrello^, ^linea ad anfora^, linea aderente, linea a sacco, linea a T, ^linea a uovo^, linea a clessidra, linea a copriteiera, linea a corolla, linea ad H, linea ad I, linea a palloncino, linea a S, linea a sirena, linea a Y, linea cardinale, linea freccia

<Type of relation>coord.

<Related words>^linea^

<Type of relation>super.

<Equivalence it-zh> Tra “linea a ruota” e “圆形” sussiste piena identità concettuale.

<zh>圆形

<Morphosyntax> noun

<Origin> loan translation

<Source>^迪莲佐, 2006^: 160

<Definition> 是从斗蓬或厚大衣的基础上产生的。六十年代末七十年代初，设计师大量的应用在群装和高档或休闲大衣上。

<Source>^迪莲佐，2006^: 32

<Concept field>服装风格

<Related words> ^香烟式^, ^喇叭式^, ^紧身细腰形的款式^, ^梯形款式^, ^倒梯形^, ^帝国式^, ^蝙蝠式^, ^瓮形^, ^蛋形的款式^

<Type of relation>coord.

<Related words> ^款式^

<Type of relation>super.

<Synonyms>“无袖外衣”是”圆形”的近义词.

<it>无袖外衣

<Morphosyntax> noun group

<Source>^迪莲佐，2006^: 32

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> linea a uovo

<Morphosyntax> noun group, f.

<Usage label> main term

<Source>^<http://www.stylosophy.it/>^

<Definition> In questa linea l'abito, privo di cintura, scende morbido e diritto dalle spalle all'orlo, appoggiandosi sui fianchi senza segnare il punto vita, per poi restringersi sotto il ginocchio.

<Source>^Azzali, 2015^: 520

<Context> Tra i cappotti, in particolare, troviamo una larga presenza di modelli con linea a uovo, senza collo oppure con ampi revers.

<Source>^<http://www.stylosophy.it/>^

<Concept field> Stile di capo di abbigliamento

<Related words> ^linea a sigaretta^, ^linea a campana^, ^linea a redingote^, ^linea a trapezio^, ^linea a V^, ^linea a pipistrello^, ^linea ad anfora^, linea aderente, linea a sacco, linea a T, linea a clessidra, linea a copriteiera, linea a corolla, linea ad H, linea ad I, linea a palloncino, linea a S, linea a sirena, linea a Y, linea cardinale, linea freccia

<Type of relation>coord.

<Related words>^linea^

<Type of relation>super.

<Synonyms> “Linea a botte” è spesso usato come sinonimo di “linea a uovo”.

<Equivalence it-zh> Tra “linea a uovo” e “蛋形的款式” sussiste piena identità concettuale.

<zh> linea a botte

<Morphosyntax> noun group, f.

<Usage label> common

<Source>^Di Rienzo, 2006^ : 33

<zh>蛋形的款式

<Morphosyntax> noun group

<Usage label> main term

<Origin> loan translation

<Source>^迪莲佐, 2006^: 32

<Definition> 当把喇叭形的长群的下摆在踝骨处收紧, 这样就行成了桶形的样式。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 32

<Concept field>服装风格

<Related words> ^香烟式^, ^喇叭式^, ^紧身细腰形的款式^, ^梯形款式^, ^倒梯形^, ^帝国式^, ^蝙蝠式^, ^瓮形^, ^圆形^

<Type of relation>coord.

<Related words> ^款式^

<Type of relation>super.

<Synonyms> “桶形”和“鸡蛋形”是“蛋形的款式”的近义词。

<zh>桶形

<Morphosyntax> noun group

<Source>^迪莲佐, 2006^: 32

<zh>鸡蛋形

<Morphosyntax> noun group

<Category> short form

<Origin> loan translation

<Source> ^迪莲佐, 2006^: 162

<Variant of> ^蛋形的款式^

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> linea ad anfora

<Morphosyntax> noun group, f.

<Usage label> main term

<Source> ^<http://electromode.org/>^

<Definition> Linea caratterizzata da tagli e drappaggi che allargavano l'indumento nella parte superiore, che poi scompaiono facendolo restringere verso il basso. La vita è attillata e la gonna con i fianchi pronunciati e stretta al ginocchio conferisce alla figura il tipico profilo a vaso da cui la linea prende il nome.

<Source> ^Azzali, 2015^: 519

<Context> Nuova linfa per la linea ad anfora e per quella a boule, tramutata in strisce danzanti.

<Source> ^<http://electromode.org/>^

<Concept field> Stile di capo di abbigliamento

<Related words> ^linea a sigaretta^, ^linea a campana^, ^linea a redingote^, ^linea a trapezio^, ^linea a V^, ^linea a pipistrello^, ^linea a uovo^, linea aderente, linea a sacco, linea a T, linea a clessidra, linea a copriteiera, linea a corolla, linea ad H, linea ad I, linea a palloncino, linea a S, linea a sirena, linea a Y, linea cardinale, linea freccia

<Type of relation>coord.

<Related words>^linea^

<Type of relation>super.

<Synonyms> “Linea a tulipano” è un’espressione spesso usata per riferirsi alla “linea ad anfora” erroneamente, in quanto la vera “linea a tulipano” non si restringe sul ginocchio.

<Equivalence it-zh> Tra “linea ad anfora” e “瓮形” sussiste piena identità concettuale.

<it> linea a tulipano

<Morphosyntax> noun group, f.

<Usage label> rejected

<Source>^Di Rienzo, 2006^ : 34

<Context> Nel corso della sua carriera, durata undici anni, Dior propone ventidue linee diverse : la linea ad “H”, ad “A”, a “Y”, a “V”, la linea a tulipano, la linea verticale, la linea obliqua, la linea a corolla, la linea a palloncino, la linea a profilé, la linea a libro, linea a sacchetto, linea impero, linea a fuso.

<Source>^<http://www.progettolingue.net/>^

<zh>瓮形

<Morphosyntax> noun group

<Usage label> main term

<Origin> loan translation

<Source>^迪莲佐, 2006^: 34

<Definition> 这种款式是指衣服的腰部以下的部分。主要用来定义瓮形的裙子，但也用在大衣或其他服饰上。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 34

<Concept field>服装风格

<Related words> ^香烟式^, ^喇叭式^, ^紧身细腰形的款式^, ^梯形款式^, ^倒梯形^, ^帝国式^, ^蝙蝠式^, ^蛋形的款式^, ^圆形^

<Type of relation>coord.

<Related words> ^款式^

<Type of relation>super.

<Synonyms> “金香形”, “瓮式”和“郁金香式”是”瓮形”的近义词.

<zh>金香形

<Morphosyntax>noun group

<Source>^迪莲佐, 2006^: 34

<zh> 郁金香式

<Morphosyntax> noun group

<Source>^迪莲佐, 2006^: 164

<zh> 瓮式

<Morphosyntax> noun

<Category> spelling variant

<Origin> loan translation

<Source>^迪莲佐, 2006^: 164

<Variant of> ^瓮形^

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> redingote

<Morphosyntax> f.

<Origin> loan word

<Source>^<http://www.lardini.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Cappotto molto attillato in vita e largo sul fondo.

<Source>^Zingarelli, 2005^: 1488

<Context> Soprabito molto in voga nel 1800, la redingote è stata elaborata nel corso dei secoli per essere poi progressivamente sostituita dalla giacca.

<Source>^<http://www.lardini.it/>^

<Concept field> Stile di capo di abbigliamento

<Related words> ^asola^, ^bottono^, ^revers^, ^colletto^, ^martingala^, ^manica^, ^martingala^, ^tasca^

<Type of relation> sub.

<Related words>^mantella^, ^cappa^, ^finanziera^, ^cappotto^, ^soprabito^, ^trench^

<Type of relation> coord.

<Related words>^linea a redingote^

<Type of relation> general

<Synonyms> Spesso il termine “redingote” viene considerato erroneamente un sinonimo di “finanziera”. In realtà la forma della giacca è piuttosto simile, ma la redingote può essere indossata da entrambi i sessi, mentre la finanziaria è una giacca esclusivamente maschile. Inoltre la “finanziera” risulta piuttosto corta se comparata alla “redingote”.

<Note> In lingua cinese, il termine “redingote” viene reso in modo diverso se indossato da un uomo o da una donna. Quindi si è scelto di includere la variante femminile come termine principale della scheda in lingua cinese, e di indicare il termine maschile come variante.

<Equivalence it-zh> Tra “redingote” e “小腰身女式大衣” sussiste piena identità concettuale.

<it> finanziaria

<Morphosyntax> f.

<Usage label> rejected

<Source>^ Menkes, 2016^: 170

<Context> Per esempio, i capi fantasia erano considerati effeminati nell’epoca in cui gli uomini hanno smesso finanziaria, panciotto ricamato e preziose scarpe di velluto per indossare l’abito scuro.

<Source>^ Menkes, 2016^: 170

<zh>小腰身女式大衣

<Morphosyntax> noun group

<Source>^HYFFC, 2012^: 439

<Lexica> 按 ^ HYFFC, 2012^.

<Definition> 紧贴腰部，在臀部张开的大衣。

<Source>^迪莲佐，2006^: 18

<Concept field>服装

<Related words> ^扣眼^, ^纽扣^, ^翻领^, ^领子^, ^半腰带^, ^袖子^, ^半腰带^, ^衣兜^

<Type of relation> sub.

<Related words>^斗篷^, ^披肩^, ^弗若克式大衣^, ^大衣^, ^外套^, ^战壕风衣^

<Type of relation> coord.

<Related words>^紧身细腰形的款式^

<Type of relation> general

<zh> 男礼服

<Morphosyntax> noun

<Category> spelling variant

<Source>^HYFFC, 2012^: 439

<Variant of> ^小腰身女式大衣^

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> martingala

<Morphosyntax> f.

<Origin> adapted loan word

<Source>^<http://www.lardini.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Simile a una mezza cintura, applicata lateralmente, di solito all'altezza della vita, stringe gli indumenti sul dorso. E' usata per giacche, cappotti, capispalla in genere ed è dello stesso tessuto dell'indumento.

<Source>^Azzali, 2015^: 555

<Context> La versione femminile è monopetto o doppiopetto, con dei tocchi cipriati e il dettaglio della martingala posteriore che si ritrova anche nelle proposte maschili, realizzate in lane esclusive e arricchite da un tocco prezioso di astrakan.

<Source>^<http://www.lardini.it/>^

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words>^redingote^, ^finanziera^, ^cappotto^, ^soprabito^, ^trench^

<Type of relation> super.

<Synonyms> considerazioni semantiche e stilistiche sui sinonimi e quasi sinonimi.

<Equivalence it-zh> Tra “martingala” e “半腰带” sussiste piena identità concettuale.

<zh> 半腰带

<Morphosyntax> noun

<Source>^HYFFC, 2012^: 252

<Lexica> 按 ^HYFFC, 2012^.

<Definition> 附加在两侧，用来缩紧宽松度的半腰带。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 18

<Concept field> 服装

<Related words> ^弗若克式大衣^, ^小腰身女式大衣^, ^大衣^, ^外套^, ^战壕风衣^

<Type of relation> super.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> kilt

<Morphosyntax> m.

<Origin> loan word

<Source> ^Acquarone, 2013^: 398

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Gonnellino maschile a pieghe, in tessuto a quadri di vari colori, parte del costume scozzese dal 1700. Al giorno d'oggi indica anche una gonna femminile con caratteristiche simili e chiusura a portafoglio.

<Source> ^Azzali, 2015^: 496

<Context> In versione kilt (fatto eseguire ad arte nelle Orkney Islands), in sodalizio di ferro con la biker jacket... Allacciatura con cinturino da kilt: un leitmotiv.

<Source> ^Acquarone, 2013^: 398

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words> ^gonna^

<Type of relation> super.

<Related words> ^minigonna^, ^maxigonna^, ^gonna pantalone^

<Type of relation> coord.

<Equivalence it-zh> Tra “kilt” e “褶叠短裙” sussiste piena identità concettuale.

<zh>褶叠短裙

<Morphosyntax> noun group

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>

<Lexica> 按 ^ HYFFC, 2012^.

<Definition>带格子花纹的抽褶群，裁片交叉重叠，加固。

<Source>^迪莲佐，2006^: 18

<Context> 同时，褶叠短裙，丰富面料及雕塑轮廓，也都成为本季抢眼的主题。

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>

<Concept field> 服装

<Related words> ^裙子^

<Type of relation> super.

<Related words> ^迷你裙^, ^超长裙^, ^裙裤^

<Type of relation> coord.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> finanziaria

<Morphosyntax> f.

<Usage label> main term

<Origin> adapted loan word

<Source>^ Menkes, 2016^: 170

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Giacca maschile a coda con le falde arrotondate.

<Source>^Di Rienzo, 2006^ : 14

<Context> Per esempio, i capi fantasia erano considerati effeminati nell'epoca in cui gli uomini hanno smesso finanziaria, panciotto ricamato e preziose scarpe di velluto per indossare l'abito scuro.

<Source>^Menkes, 2016^: 170

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words> ^mantella^, ^cappa^, ^redingote^,

<Type of relation> coord.

<Related words> ^revers^, ^asola^, ^bottonne^, ^tasca^

<Type of relation>sub.

<Synonyms> Spesso il termine “rendigote” viene considerato erroneamente un sinonimo di “finanziera”. In realtà la forma della giacca è piuttosto simile, ma la rendigote può essere indossata da entrambi i sessi, mentre la finanziaria è una giacca esclusivamente maschile. Inoltre la “finanziera” risulta piuttosto corta se comparata alla “rendigote”.

<Equivalence it-zh> Tra “finanziera” e “园垂尾式大衣” sussiste piena identità concettuale.

<it> redingote

<Morphosyntax> f.

<Usage label> rejected

<Source>^<http://www.lardini.it/>^

<Context> Soprabito molto in voga nel 1800, la redingote è stata elaborata nel corso dei secoli per essere poi progressivamente sostituita dalla giacca.

<Source>^<http://www.lardini.it/>^

<zh>园垂尾式大衣

<Morphosyntax> noun group

<Source>^迪莲佐, 2006^: 18

<Definition> 园垂尾的外套。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 18

<Concept field> 服装

<Related words> ^斗篷^, ^披肩^, ^小腰身女式大衣^,

<Type of relation> coord.

<Related words> ^翻领^, ^扣眼^, ^纽扣^, ^衣兜^

<Type of relation> sub.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> cappotto

<Morphosyntax> m.

<Source> ^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Nome generico per indicare un ^soprabito^ pesante, piuttosto lungo, indossato da uomini e donne durante l'inverno.

<Source> ^Azzali, 2015^: 193

<Context> Il cappotto invece lo indossiamo ogni giorno, e per molti mesi. È una sorta di biglietto da visita sartoriale, la prima cosa che le persone notano di noi quando entriamo in una stanza e di solito uno dei capi più indimenticabili del guardaroba di una donna.

<Source> ^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words> ^asola^, ^bottono^, ^manica^, ^revers^, ^cerniera^, ^martingala^, ^tasca^, ^spacco^

<Type of relation> sub.

<Related words> ^soprabito^, ^trench^, ^mantella^, ^cappa^, ^montgomery^

<Type of relation> coord.

<Synonyms> Il termine “soprabito” viene frequentemente utilizzato come sinonimo di “cappotto” in modo errato, in quanto il termine “soprabito” indica in realtà cappotti utilizzabili solo in mezza stagione, essendo realizzati con tessuti dal peso medio. Il termine “paletot” invece è sinonimo del termine “cappotto”.

<Equivalence it-zh> Tra “cappotto” e “大衣” sussiste piena identità concettuale.

<it> soprabito

<Morphosyntax> m.

<Usage label> rejected

<Source>^<http://www.elle.it/>^

<it> paletot

<Morphosyntax> m.

<Usage label> uncommon

<Origin> loan word

<Source>^Azzali, 2015^: 634

<zh> 大衣

<Morphosyntax> noun

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 较长的西式外衣。

<Source>^XHC, 2012^: 247

<Context>虽然难见前几季夸张垫肩的身影，但派克大衣、飞行员夹克的廓型比比皆是，肩章、排扣、口袋等经典元素的出现注定军装风格将继续火下去。

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Concept field> 服装

<Related words> ^扣眼^, ^纽扣^, ^袖子^, ^翻领^, ^拉链^, ^外套^, ^半腰带^, ^衣兜^, ^裂缝^

<Type of relation> sub.

<Related words> ^外套^, ^战壕风衣^, ^斗篷^, ^披肩^, ^粗呢大衣^

<Type of relation> coord.

<Synonyms> “外套”是“大衣”的近义词.

<zh> 外套

<Morphosyntax> noun

<Source>^XHC, 2012^: 1337

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> soprabito

<Morphosyntax> m.

<Usage label> main term

<Source>^<http://www.elle.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> ^Cappotto^ leggero per uomini e donne, da indossarsi nella mezza stagione e perciò realizzato con tessuti di peso medio.

<Source>^Azzali, 2015^: 816

<Context> Dal soprabito colorato in stile classico e morbido visto da Burberry Prorsum a quello sagomato e avant-garde nella versione in neoprene e con zip very cool di John Galiano.

<Source>[^]<http://www.elle.it/>[^]

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words> [^]asola[^], [^]bottono[^], [^]manica[^], [^]revers[^], [^]martingala[^], [^]colletto[^],
[^]tasca[^], [^]paramano[^]

<Type of relation> sub.

<Related words> [^]trench[^], [^]cappotto[^], [^]cappa[^], [^]mantella[^], [^]montgomery[^]

<Type of relation> coord.

<Synonyms> Il termine “spolverino” viene frequentemente utilizzato come sinonimo di “soprabito”. Il termine “cappotto” invece viene utilizzato come sinonimo di “soprabito” in modo errato, in quanto il cappotto viene realizzato utilizzando tessuti pesanti, mentre lo spolverino prevede l’utilizzo di tessuti di peso medio adatti alla mezza stagione.

<Equivalence it-zh> Tra “cappotto” e “外套” sussiste piena identità concettuale.

<it> spolverino

<Morphosyntax> m.

<Usage label> common

<Source>[^]<http://www.elle.it/>[^]

<it> cappotto

<Morphosyntax> m.

<Usage label> rejected

<Source>[^]<http://www.vogue.it/>^{^^}

<zh> 外套

<Morphosyntax> noun

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 罩在外面西式短上衣。

<Source>^XHC, 2012^: 1337

<Context> MOSCHINO 为你示范潮流版本，明亮的撞色一改羽绒外套的老气形象，为冬日街头注入无限活力；Max Mara 的“大衣款”羽绒外套告诉你冬季怎样保暖又性感；CHANEL 用羽绒短外套配铅笔裙，优雅其实是因为搭配而不是其他；Fendi 则以 oversized 的廓形从新诠释羽绒外套，这样一件衣服让你成为冬季的唯一主角。

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Concept field> 服装

<Related words> ^扣眼^, ^纽扣^, ^袖子^, ^翻领^, ^半腰带^, ^领子^, ^衣兜^, ^翻袖^

<Type of relation> sub.

<Related words> ^战壕风衣^, ^大衣^, ^粗呢大衣^

<Type of relation> coord.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> giacca

<Morphosyntax> f.

<Origin> adapted loan word

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Capospalla che copre la parte superiore del corpo, scendendo di solito poco oltre i fianchi, ma a volte fino al polpaccio. Può essere un capo elegante come sportivo ed è considerato indispensabile nell'abbigliamento.

<Source> cfr. ^Azzali, 2015^: 416

<Context> La giacca maschile diventa a tutti gli effetti, un capo indispensabile per il guardaroba femminile.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words> ^bottono^, ^asola^, ^cerniera^, ^revers^, ^colletto^, ^giubbotto^, ^montgomery^, ^tasca^, ^spacco^

<Type of relation>sub.

<Equivalence it-zh> Tra “giacca” e “夹克” sussiste piena identità concettuale.

<zh> 夹克

<Morphosyntax> noun

<Origin> loan word

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 一种长短只到腰部，下口束紧的短外套。

<Source>^XHC, 2012^: 619

<Context> 春暖花开的好时节眼看就要来临了，但这时不时袭来的寒流却总让人不能彻底抛去臃肿，放心去貌美如花。好在有各种酷炫个性的夹克及时出现，让我们在时尚度急速飙升的同时也不至于受寒受冻。

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Concept field>服装

<Related words> ^纽扣^, ^扣眼^, ^拉链^, ^翻领^, ^领子^, ^轻便夹克^, ^粗呢大衣^, ^衣兜^, ^裂缝^

<Type of relation>sub.

<Synonyms> “短上衣”和“短外衣”是“夹克”的近义词.

<zh> 短上衣

<Morphosyntax> noun group

<Source>^HYFFC, 2012^: 363

<zh>短外衣

<Morphosyntax> noun group

<Category> spelling variant

<Source>^HYFFC, 2012^: 363

<Variant of>^短上衣^

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> giubbotto

<Morphosyntax> f.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Corta ^giacca^ sportiva, in pelle o tessuto, chiusa da bottoni o ^cerniera^ lampo.

<Source>^Zingarelli, 2005^: 794

<Context> E qua ci direte, insomma, il bello di certi capi in pelle è proprio l'usura: un giubbotto con le borchie, il chiodo di cui sopra, che periodicamente rispunta sulle passerelle ed è considerato un intramontabile, deve essere un po' vintage.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words> ^bottone^, ^asola^, ^cerniera^, ^revers^, ^colletto^, ^manica^, ^tasca^

<Type of relation>sub.

<Related words> ^giacca^, ^montgomery^

<Type of relation>super.

<Synonyms> Il termine “giacca” può essere usato come sinonimo di giubbotto, perché la parola giacca può indicare anche un capo di tipo sportivo, mentre non è possibile utilizzare “giubbotto” come sinonimo di giacca, in quanto il termine giubbotto indica esclusivamente un capo di tipo sportivo, escludendo quelli di tipo elegante.

<Equivalence it-zh> Tra “giubbotto” e “轻便夹克” sussiste piena identità concettuale.

<it> giacca

<Morphosyntax> m.

<Usage label> common

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<zh>轻便夹克

<Morphosyntax> noun group

<Usage label> main term

<Source>^ <http://brand.vogue.com.cn/>^

<Definition>一种运动的短^夹克^。

<Source>^Luzon, 2016^

<Context> Jil Sander (吉尔·桑德)以卷边长裤，轻如羽毛的上衣以及轻便夹克而闻名遐迩。

<Source>^ <http://brand.vogue.com.cn/>^

<Concept field> 服装

<Related words> ^纽扣^, ^扣眼^, ^拉链^, ^翻领^, ^领子^, ^袖子^, ^衣兜^

<Type of relation>sub.

<Related words> ^夹克 ^, ^粗呢大衣^

<Type of relation>super.

<Synonyms> “男便衫”是“轻便夹克”的近义词.

<zh>男便衫

<Morphosyntax> noun group

<Source>^HYFFC, 2012^: 366

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> trench

<Morphosyntax> m.

<Origin> adapted loan word

<Source> ^<http://www.elle.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Impermeabile sportivo con cintura, sul modello di quello dell'esercito inglese.

<Source> ^Zingarelli, 2005^: 1925

<Context> Un classico che si reinventa, un classico sempre in ascesa: l'impermeabile trench coat, infatti, continua a essere il capospalla must have di stagione.

<Source> ^<http://www.elle.it/>^

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words> ^cappotto^, ^soprabito^, ^finanziera^, ^redingote^, ^montgomery^

<Type of relation> coord.

<Related words> ^bottono^, ^asola^, ^manica^, ^cerniera^, ^revers^, ^colletto^, ^martingala^, ^tasca^

<Type of relation> sub.

<Equivalence it-zh> Tra “trench” e “战壕风衣” sussiste piena identità concettuale.

<zh> 战壕风衣

<Morphosyntax> noun group

<Source>^ <http://www.gq.com.cn/>^

<Definition> 军装或轻便装式样裁减的大衣或雨衣。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 19

<Context> 然而, 要论其最具代表性的电影作品非《卡萨布兰卡》莫属, 影片当中他穿着战壕风衣, 手持香烟的造型成为了荧幕史经典, 至今都为人津津乐道。

<Source>^ <http://www.gq.com.cn/>^

<Concept field> 服装

<Related words> ^大衣^, ^外套^, ^园垂尾式大衣^, ^小腰身女式大衣^, ^粗呢大衣^

<Type of relation>coord.

<Related words> ^纽扣^, ^扣眼^, ^袖子^, ^拉链^, ^翻领^, ^领子^, ^半腰带^, ^衣兜^

<Type of relation>sub.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> frac

<Morphosyntax> m.

<Usage label> main term

<Origin> adapted loan word

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Abito maschile da cerimonia nero e con giacca corta davanti fino alla vita e prolungata dietro in due falde lunghe e sottili.

<Source>^Zingarelli, 2005^: 735

<Context> Mood/Style: la sfilata di Jean Paul Gaultier si apre sotto forma di tributo couture a George Sand con total look neri dall'impeccabile allure mascolina completi di frac e cilindro.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words> ^bottono^, ^asola^, ^manica^, ^revers^, ^colletto^, ^tasca^

<Type of relation>sub.

<Synonyms> Il termine “marsina” è indicato come sinonimo di frac su alcuni dizionari, ma nei testi tecnici viene considerato un abito diverso dal “frac” anche se con una figura simile, per questo scegliamo di considerarlo un sinonimo di tipo errato.

<Equivalence it-zh> Tra “frac” e “燕尾服” sussiste piena identità concettuale.

<it> marsina

<Morphosyntax> f.

<Usage label> rejected

<Source>^Zingarelli, 2005^: 735

<zh>燕尾服

<Morphosyntax> noun

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 男子西式晚礼服的一种，黑色，前身较长而下端分开像燕子尾巴。

<Source>^XHC, 2012^: 1504

<Context> 诺顿先生以電影《鸟人》（Birdman）被提名为 2015 最佳男配角，他身着由品牌男装创意总监 Italo Zucchelli 设计的 Calvin Klein Collection 2015 春季系列黑色羊毛双钮翻领燕尾服、白色法式衬衫和黑色绸缎窄领带。

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Concept field> 服装

<Related words> ^纽扣^, ^扣眼^, ^袖子^, ^翻领^, ^领子^, ^衣兜^

<Type of relation>sub.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> poncho

<Morphosyntax> m.

<Origin> loan word

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> ^Mantella^ femminile (raramente maschile), che conserva la linea dell'omonimo costume sudamericano. E' formato da un unico pezzo di tessuto, a forma di rettangolo o quadrato, con spacco centrale per la testa; in alternativa può essere

composto da due pannelli in stoffa uniti da cuciture, sempre con apertura centrale.
Indossato ricade dalle spalle con drappeggi.

<Source> cfr. ^Azzali, 2015^: 706

<Context> Nuove nuance: Lisa Marie Fernandez propone un abito ispirato al poncho color latte-menta, perfetto come copricostume per i primi soli.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words> ^mantella^, ^cappa^

<Type of relation>coord.

<Equivalence it-zh> Tra “poncho” e “庞裘披肩” sussiste piena identità concettuale.

<zh>庞裘披肩

<Morphosyntax> noun group

<Source>^迪莲佐, 2006^: 19

<Definition> 斗篷的一种，形状像一块毯，中间有一个洞用于伸头探脑。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 19

<Concept field> 服装

<Related words> ^斗篷^, ^披肩^

<Type of relation>coord.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> robe-manteau

<Morphosyntax> f.

<Origin> loan word

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Abito femminile di modello simile a un cappotto, abbottonato sul davanti.

<Source>^Zingarelli, 2005^: 1566

<Context> Dagli anni 20 e 30 in cui le nobildonne indossavano robe-manteau ornati da preziosi colli di volpe e visone, alla femme fatale dei film noir anni 40, dalla Venere in visone come Elisabeth Taylor nel 1960, alla pelliccia nazional-popolare status symbol degli anni '80, raggiungendo con nuovo millennio altissime frontiere di concia.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words>^bottone^, ^asola^, ^manica^, ^scollatura^, ^colletto^, ^tasca^

<Type of relation>sub.

<Equivalence it-zh> Tra “robe-manteau” e “长袍披肩” sussiste piena identità concettuale.

<zh>长袍披肩

<Morphosyntax> noun group

<Source>^迪莲佐, 2006^: 19

<Definition> 厚重的礼服斗篷, 古典线条。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 19

<Concept field> 服装

<Related words> ^纽扣^, ^扣眼^, ^袖子^, ^领口^, ^领子^, ^衣兜^

<Type of relation>sub.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> sciarpa

<Morphosyntax> f.

<Origin> adapted loan word

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Accessorio usato da uomini, donne e bambini. A forma rettangolare, spesso molto lunga, in lana ma, nell'abbigliamento femminile, anche in pizzo, seta, tulle, velo, oppure in filo di cachemire lavorate a maglia. Di solito è avvolta intorno al collo e oggi viene indossata quasi esclusivamente per proteggersi dal freddo o per completare un determinato abbigliamento.

<Source> cfr. ^Azzali, 2015^: 788

<Context> Usate la regola del contrasto: sciarpa con capo elegante/classico oppure viceversa, foulard di pregiato filato di lana/cachemire da indossare con un capospalla sportivo o un giubbotto di shearling.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Accessori

<Related words> ^scialle^, ^foulard^

<Type of relation> coord.

<Related words> ^fusciacca^

<Type of relation>general

<Equivalence it-zh> Tra “sciarpa” e “围脖” sussiste piena identità concettuale.

<zh>围脖儿

<Morphosyntax> noun

<Style label> informal

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 围在脖子上保暖，保护衣领或做装饰织品或纺织品。

<Source>^XHC, 2012^: 1352

<Context> 寒冬来临，本季皮草围脖又成了时尚人士最爱的造型配饰，简单的搭配上一条皮草围脖，瞬间提升时尚指数和不过分的奢华质感，不妨来看下时尚达人们如何运用 4 类不同款型的皮草围脖为外出搭配点睛吧。

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Concept field>服饰品

<Related words> ^披巾^, ^围巾^

<Type of relation> coord.

<Related words> ^腰带^

<Type of relation>general

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> foulard

<Morphosyntax> m.

<Origin> loan word

<Source> ^<http://www.elle.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Accessorio sempre presente nell'abbigliamento. E' fazzoletto quadrato, con base più o meno ampia, indossato a fini estetici : da portare in mille occasioni, al collo o sulla testa, sulle spalle, su giacche e abiti, legato in vita o annodato alla borsa. Di solito è realizzato in seta, seta e cotone, in lana o con filati sintetici, può avere diversi colori e motivi.

<Source> cfr. ^Azzali, 2015^: 394

<Context> E poi basta un semplice foulard per ottenere tanti diversi stili... Dal mood caraibi e un po' esotico del turbante che crea volume e nasconde l'effetto crespo dell'acqua di mare alla tendenza easy & chic da annodare a un lato della nuca perfetto su qualunque tipo di capelli, lungo o corto, raccolto o sciolto... E, in ogni caso a prova di vento...

<Source> ^<http://www.elle.it/>^

<Concept field> Accessori

<Related words> ^scialle^, ^sciarpa^

<Type of relation> coord.

<Related words> ^fusciacca^

<Type of relation>general

<Equivalence it-zh> Tra “foulard” e “披巾” sussiste piena identità concettuale.

<zh>披巾

<Morphosyntax> noun

<Source>^XHC, 2012^: 985

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 妇女用来披在肩上起装饰或保暖作用的纺织品。

<Source>^XHC, 2012^: 985

<Concept field>服饰品

<Related words> ^围脖儿^, ^围巾^

<Type of relation> coord.

<Related words> ^腰带^

<Type of relation>general

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> montgomery

<Morphosyntax> m.

<Origin> loan word

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Ampio giaccone in lana con cappuccio, lungo fino al ginocchio, con alamari di corda o pelle e piccole olivette di legno.

<Source>^Azzali, 2015^: 582

<Context> Dopo aver vestito intere generazioni di liceali e universitari durante gli anni Cinquanta, il montgomery tornò di moda dopo quasi quarant'anni.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words> ^cappotto^, ^soprabito^, ^cappa^, ^mantella^, ^giacca^, ^giubbotto^, ^trench^

<Type of relation> coord.

<Related words> ^manica^, ^cerniera^, ^tasca^, ^bottono^, ^asola^, cappuccio

<Type of relation> sub.

<Equivalence it-zh> Tra “montgomery” e “粗呢大衣” sussiste piena identità concettuale.

<zh>粗呢大衣

<Morphosyntax> noun group

<Source>^ <http://www.700bike.com/>^

<Definition> 短而厚重的呢制连兜帽大衣，使用盘花皮钮扣。

<Source>^迪莲佐，2006^: 18

<Context> Duffle Coat，意为带有风帽的粗呢大衣，款式简洁传统，源自军装的带帽兜粗呢大衣。

<Source>^ <http://www.700bike.com/>^

<Concept field> 服装

<Related words> ^大衣^, ^外套^, ^披肩^, ^斗篷^, ^夹克^, ^轻便夹克^, ^战壕风衣^

<Type of relation> coord.

<Related words> ^袖子^, ^拉链^, ^衣兜^, ^纽扣^, ^扣眼^, 兜帽

<Type of relation> sub.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> tasca

<Morphosyntax> f.

<Source>^ <http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Complemento dell'abbigliamento maschile e femminile, è formata da un pezzo di stoffa che assume, seguendo i dettami della moda, diverse forme ed è generalmente cucita all'interno di un'apposita apertura del vestito. E' destinata a raccogliere oggetti personali o usata come guarnizione su giacche e cappotti femminili.

<Source> cfr. ^Zingarelli, 2005^: 1848

<Concept field> Parte di capo di abbigliamento

<Related words> ^redingote^, ^finanziera^, ^cappotto^, ^soprabito^, ^giacca^, ^giubbotto^, ^trench^, ^frac^, ^robe-manteau^, ^montgomery^, ^mantella^, ^cappa^,

^gonna^, ^gonna pantalone^, ^minigonna^, ^maxigonna^, ^blusa^, ^camicia^,
^scamiciato^, ^abito^, ^tailleur^, ^jeans^, ^pantalone^, ^shorts^, ^zuava^

<Type of relation>super.

<Related words> tasca a filetto, tasca a due filetti, tasca a due filetti con pattina, tasca con pattina all'insù impunturata obliqua, tasca con filetto e pattina con punta impunturata, tasca con filetto inserito in cucitura centrale, tasca a toppa semplice, tasca a toppa con pattina intera, tasca a toppa con cannello e listino, tasca a toppa con cannello e pattina a punta con bottone, tasca a toppa con pattina e filetti, tasca a toppa con angolo girato e bottone

<Type of relation>sub.

<Equivalence it-zh> Tra “tasca” e “衣兜” sussiste piena identità concettuale.

<zh>衣兜

<Morphosyntax> noun

<Usage label> main term

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition>衣服上的口袋。

<Source>^XHC, 2012^: 1531

<Context> 手插在裤兜里很帅，插在上衣兜里就很傻，对比 Lara Bingle 和 Olivia Wilde 就明白了。

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Concept field> 服装的部分

<Related words> ^小腰身女式大衣^, ^园垂尾式大衣^, ^大衣^, ^外套^, ^夹克^, ^轻便夹克^, ^战壕风衣^, ^燕尾服^, ^长袍披肩^, ^粗呢大衣^, ^斗篷^, ^披肩^, ^裙子^,

^裙裤^, ^迷你裙^, ^超长裙^, ^宽大罩衫^, ^衬衫^, ^西服^, ^套装^, ^连衣裙^, ^牛仔
裤^, ^裤子^, ^短裤^, ^灯笼裤^

<Type of relation>super.

<Related words> 单滚边口袋, 双滚边口袋, 带盖上翻倾斜式口袋, 倒缝, 带袋盖
的单滚边倒缝式口袋, 嵌入直线缝的单滚边口袋, 简单贴袋, 与袋盖一体的贴袋,
带裱和翻边的贴袋, 带倒裱和带钮扣的尖袋盖的贴袋, 带有嵌入双滚边口袋和袋
盖的贴袋, 带翻角和钮扣的贴袋

<Type of relation>sub.

<Synonyms> “衣袋”是“衣兜”的近义词.

<it>衣袋

<Morphosyntax> noun

<Category> spelling variant

<Source>^XHC, 2012^: 1531

<Variant of>^衣兜^

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> pòlsino

<Morphosyntax> m.

<Usage label> main term

<Source>^http://www.vogue.it/^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Lista di tessuto, tagliata a parte e applicata in fondo alla manica, in modo da riprenderne l'ampiezza. Il polsino è chiuso da bottoni o da gemelli. Presente praticamente in ogni tipo di manica, è tipico nella camicia da uomo e nella camicetta femminile a taglio maschile.

<Source>cfr. ^Azzali, 2015^: 704

<Context> Discendenti dei 'bottoni di manica', due piastrine unite da una sottile catenella, diffusi nelle famiglie rinascimentali di alto lignaggio, acquistano una propria dimensione dal 1600 quando, realizzati in pasta di vetro, entrano nella casa reale britannica. Anche se la loro fortuna è dovuta al consenso che ottengono in Francia nel Settecento, quando da monile decorativo diventano gioiello indispensabile per chiudere il doppio polsino della camicia. Da allora, associarli a un modo di vestire aristocratico è stato semplice.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Parte di capo di abbigliamento

<Related words> ^camicia^

<Type of relation>super.

<Related words> ^manica^, polsino a camicia, polsino a listino, polsino a gemello, polsino a metà braccio, polsino a punta sulla mano, polsino con punta girata all'insù, polsino a coda di rondine, polsino a liste con ruches

<Type of relation>sub.

<Synonyms> Il termine "polso" è spesso utilizzato per indicare il "polsino".

<Equivalence it-zh> Tra "polsino" e "袖口" sussiste piena identità concettuale.

<it> polso

<Morphosyntax> m.

<Usage label> common

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<zh>袖口

<Morphosyntax> noun

<Usage label> main term

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 袖子的边缘。

<Source>^XHC, 2012^: 1467

<Context> 网状的设计总能让人联想起蕾丝，而蕾丝不免又会和性感沾边，这些手镯交织的金边与错落的钻石编织成蕾丝的形状，夺目中散发出性感的讯号，宛若服装的袖口，点亮手腕。

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Concept field>服装的部分

<Related words> ^衬衫^

<Type of relation>super.

<Related words> ^袖子^，衬衫袖口，链扣袖口，窄边袖口，超高袖口，带尖的袖口，带一个向上翻的尖袖口，燕尾袖口，带褶边的窄边袖口

<Type of relation>sub.

<Synonyms> “袖管”，“袖头”和“卡夫”是“袖口”的近义词。

<zh> 袖管

<Morphosyntax> noun

<Category> spelling variant

<Usage label> common

<Source> ^XHC, 2012^: 1467

<Variant of> ^袖口^

<zh> 袖头

<Morphosyntax> noun

<Category> spelling variant

<Usage label> common

<Source> ^HYFFC, 2012^: 305

<Variant of> ^袖口^

<zh> 卡夫

<Morphosyntax> noun

<Origin> loan word

<Source> ^HYFFC, 2012^: 305

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> paramano

<Morphosyntax> f.

<Origin> adapted loan word

<Source>^Di Rienzo, 2006^: 83

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Risvolto della manica, anche di diversa stoffa o di pelliccia, specialmente nei soprabiti.

<Source>^Zingarelli, 2005^: 1263

<Concept field> Parte di capo di abbigliamento

<Related words> ^manica^, ^soprabito^

<Type of relation> super.

<Related words> paramano a linguina, paramano a martingala, paramano a metà, paramano con angolo girato e bottone, paramano intero con manica rigirata, paramano stonato sulla cucitura centrale, paramano con punta all'insù e bottone, paramano alla D'Artagnan

<Type of relation> sub.

<Equivalence it-zh> Tra “paramano” e “翻袖” sussiste piena identità concettuale.

<zh>翻袖

<Morphosyntax> noun

<Source>^ <http://brand.vogue.com.cn/>^

<Lexica> 按^HYFFC, 2012^.

<Definition> 袖子末端的翻边。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 18

<Context> 此上衣为牛仔材质，两个款式。本上衣为翻袖略长款，衣服的胸前兜采用的是不对称的设计，是衣服更为特别。

<Source>^ <http://brand.vogue.com.cn/>^

<Concept field> 服装的部分

<Related words> ^袖子^, ^外套^

<Type of relation> super.

<Related words> 半腰带式翻袖，腰带式翻袖，半翻袖，带翻角和钉钮扣的翻袖，全翻袖，圆形边在中缝线上的翻袖，带尖的钉钮扣的翻袖，达达尼昂式翻袖

<Type of relation> sub.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> abito

<Morphosyntax> m.

<Usage label> main term

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition 1> Completo da uomo costituito da giacca e pantaloni.

<Source>^Azzali, 2015^: 15

<Definition 2> Sinonimo di vestito.

<Source>^Azzali, 2015^: 15

<Context 1> Gli anni Trenta consacrano l'abito così come lo conosciamo: giacca, pantaloni e ogni tanto gilet.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words> ^bottono^, ^asola^, ^cerniera^, ^tasca^, ^revers^, ^manica^, ^giacca^

<Type of relation>sub.

<Related words> ^tailleur^

<Type of relation>coord.

<Synonyms> Il termine “completo” viene usato come sinonimo del termine “abito” nella sua accezione indicante il completo da uomo.

<Equivalence it-zh> Tra “abito” e “西服” sussiste piena identità concettuale.

<it> completo

<Morphosyntax> m.

<Usage label> common

<Source>^Zingarelli, 2005^: 409

<zh>西服

<Morphosyntax> noun

<Usage label> main term

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 西洋式的服装，有时特指男子穿的西式上衣，背心和裙子。

<Source>^XHC, 2012^: 1388

<Context> 谁说情侣装不能酷起来? 无论是 Yves Saint Laurent 为女性打造的吸烟装还是 Giorgio Armani 为男性贡献的“权利套装”, 都曾在时尚界掀起西服热潮。

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Concept field> 服装

<Related words> ^纽扣^, ^扣眼^, ^拉链^, ^衣兜^, ^翻领^, ^袖子^, ^夹克^

<Type of relation>sub.

<Related words> ^套装^

<Type of relation>coord.

<Synonyms> “套装”和“套服”是“西服”的近义词。

<zh> 套装

<Morphosyntax> noun

<Usage label> common

<Source>^XHC, 2012^: 1273

<zh> 套服

<Morphosyntax> noun

<Category> spelling variant

<Source>^XHC, 2012^: 1272

<Variant of>^套装^

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> tailleur

<Morphosyntax> m.

<Origin> loan word

<Source> ^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Completo femminile composto da una giacca a taglio maschile e una gonna o pantaloni, oppure abito intero e giacca.

<Source> cfr. ^Azzali, 2015^: 871

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words> ^bottono^, ^asola^, ^cerniera^, ^tasca^, ^giacca^, ^revers^, ^manica^, ^gonna^

<Type of relation>sub.

<Related words> ^abito^

<Type of relation>coord.

<Equivalence it-zh> Tra “tailleur” e “套装” sussiste piena identità concettuale.

<zh> 套装

<Morphosyntax> noun

<Source> ^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 上下身配套设计，用同一面料制作的服装，也有用不同面料搭配制作的。

<Source>^XHC, 2012^: 1273

<Context> Irina Sheik 将红色点缀进黑色套装，手包与鞋的小面积点亮却增加了无穷的诱惑力。即便有超低胸的内搭，你的视线还是无法从高跟鞋上离开。

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Concept field> 服装

<Related words> ^纽扣^, ^扣眼^, ^拉链^, ^衣兜^, ^翻领^, ^袖子^, ^裙子^, ^夹克^

<Type of relation>sub.

<Related words> ^西服^

<Type of relation>coord.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> scamicciato

<Morphosyntax> m.

<Usage label> main term

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Abito femminile a un sol pezzo, abbottonato davanti, con ^scollatura^ a V o quadrata, privo di maniche, portato su camicette, pullover, ecc.

<Source>^Azzali, 2015^: 779

<Context> L'abito mini bon ton. Che nella sua declinazione più attuale incarna lo scamiciato anni 60 da indossare con una camicia a pattern dal colletto abbottonato.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words> ^bottone^, ^asola^, ^cerniera^, ^tasca^, ^scollatura^,

<Type of relation>sub.

<Synonyms> Il termine spagnolo “descamisado” viene usato raramente quale sinonimo di “scamiciato”.

<Equivalence it-zh> Tra “scamiciato” e “连衣裙” sussiste piena identità concettuale.

<it> descamisado

<Morphosyntax> m.

<Usage label> uncommon

<Style label> obsolete

<Origin> loan word

<Source>^Zingarelli, 2005^: 520

<zh> 连衣裙

<Morphosyntax> noun

<Source>^<http://www.vogue.com.cn/>^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 上衣和裙子连在一起的女装。

<Source>^XHC, 2012^: 804

<Context> 包裹式的修身款让瘦小的女生拥有梦寐以求的女人味，在这条连衣裙的帮助下竟然也有前凸后翘的玲珑身材。鱼尾设计不仅是今年的时髦细节，而且只有和纤细的小腿同框时才好看。

<Source>^http://www.vogue.com.cn/^

<Concept field> 服装

<Related words> ^纽扣^, ^扣眼^, ^拉链^, ^衣兜^, ^领口

<Type of relation>sub.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> spallina

<Morphosyntax> f.

<Usage label> main term

<Source>^Azzali, 2015^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition 1> Nastro o sottile striscia di tessuto che regge, passando sopra le spalle, l'abito o la sottoveste. Per abiti particolarmente eleganti, le spalline possono essere con perle, catenine in oro, strass, ecc.

<Source 1>^Azzali, 2015^: 828

<Definition 2> Striscia più o meno larga di tessuto, con o senza guarnizione, che sormonta le spalle di varie uniformi civili o di capi di abbigliamento di foggia sportiva o militare.

<Source 2>^Azzali, 2015^: 828

<Concept field> Rifiniture

<Related words> ^bottone^, ^asola^, ^cerniera^

<Type of relation>general

<Synonyms> Nel caso del primo significato del termine, la “spallina” può anche essere chiamata “bretella”.

<Equivalence it-zh> Tra “spallina” e “肩带” sussiste piena identità concettuale.

<it> bretella

<Morphosyntax> f.

<Usage label> common

<Origin> adapted loan word

<Source>^Di Rienzo, 2006^: 14

<zh>肩带

<Morphosyntax> noun

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Definition> 一种一带，例如经过肩部用来支撑衣服的丝带，珍珠带，金链带。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 19

<Context> 无肩带衣领设计成为 2013 春夏系列中的重要元素，白天可作为上装、抹胸和裙子进行搭配，也适用于正式晚装，凸显肩部和锁骨的魅力。

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Concept field>后处理

<Related words> ^纽扣^, ^扣眼^, ^拉链^

<Type of relation>general

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> sbieco

<Morphosyntax>adj.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Stoffa tagliata in obliquo, in tralice. Il taglio sbieco si ottiene quando il tessuto viene tagliato diagonalmente rispetto alla normale disposizione dei fili, con un angolo di 45°, in modo da produrre un morbido effetto di drappeggio.

<Source>^Azzali, 2015^: 777

<Context> Tra il 1920 e il 1930 è Madeleine Vionnet ad applicare il taglio sbieco a tutto l'abito.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Lavorazione

<Related words> ^drittofilo^

<Type of relation> coord.

<Equivalence it-zh> Tra “sbieco” e “斜裁” sussiste piena identità concettuale.

<zh> 斜裁

<Morphosyntax> noun

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Lexica> 按^HYFFC, 2012^.

<Definition> 斜着裁剪的衣料 (没有直的细线)。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 19

<Context> 斜裁手法的流畅度关乎整个成衣穿着效果, 本季, 简约不繁杂的经典斜裁成为绝对趋势, 利落有型的线条感赋予高级成衣的着装优势, 风格上囊括法式优雅与年轻浪漫, 是彰显好品位的绝佳之选。

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Concept field> 制造

<Related words> ^直裁^

<Type of relation> coord.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> baschina

<Morphosyntax> f.

<Usage label> main term

<Origin> adapted loan word

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> In alcune giacche femminili, falda di taglio diverso : attaccata al corpino, dalla vita giunge fino ai fianchi, dove si appoggia ad anfora. Di solito è tagliata in ^sbieco^, ma può essere anche appena arricciata o pieghettata.

<Source>^Azzali, 2015^: 90

<Context> Mood/Style: quelle della collezione Theory sono linee pulite, geometriche ma la materia di cui sono fatte corre nella direzione opposta. Sete leggere e morbido suede contrastano con il loro tocco soft la severità dei tagli. Il bianco e il nero giocano un ruolo di primo piano, anche sotto forma di micro pois e righe sottili, ma a catturare l'attenzione sono sfumature calde come il ruggine e il giallo uovo. All'insegna di giacche con baschina pronunciata, pantaloni ampi e abiti come sottovesti.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Parte di capo di abbigliamento

<Synonyms> I termini “basca”, “basque” e “basquette” sono tutti utilizzati come sinonimi di “baschina”. Negli ultimi anni, per indicare quest'ultima vi è stata una diffusione massiccia del termine “peplum” o “peplo”, nonostante questa parola tradizionalmente indichi un'antica veste greca.

<Equivalence it-zh> Tra “baschina” e “巴斯克” sussiste piena identità concettuale.

<it> basca

<Morphosyntax> f.

<Category> spelling variant

<Usage label> common

<Source>^Azzali, 2015^: 90

<Variant of> ^baschina^

<it> basque

<Morphosyntax> f.

<Category> spelling variant

<Origin> loan word

<Source>^Azzali, 2015^: 90

<Variant of> ^baschina^

<it> basquette

<Morphosyntax> f.

<Category> spelling variant

<Usage label> uncommon

<Origin> loan word

<Source>^Azzali, 2015^: 90

<Variant of> ^baschina^

<it> peplum

<Morphosyntax> m.

<Usage label> common

<Origin> loan word

<Source>^<http://www.style.it/>^

<it> peplo

<Morphosyntax> m.

<Category> spelling variant

<Usage label> common

<Source>^<http://www.style.it/>^

<Variant of> ^peplum^

<zh>巴斯克

<Morphosyntax> noun

<Origin> loan word

<Source>^<http://shows.vogue.com.cn/>^

<Definition> 夹克或者裙子的一部分，从腰部到臀部的下摆。

<Source>^迪莲佐，2006^: 200

<Context> 最关键的款式是一件皮革巴斯克紧身衣，腰部收紧，呈现出坚硬而精准的轮廓。

<Source>^<http://shows.vogue.com.cn/>^

<Concept field>服装的部分

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> fuscianca

<Morphosyntax> f.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Larga striscia di stoffa da avvolgere intorno alla vita, o bassa a fasciare i fianchi, annodata di dietro o di lato, anche con fiocco, lasciando i due capi lunghi e pendenti. Può sostituire la cintura.

<Source>^Azzali, 2015^: 400

<Context> I tratti distintivi di questo indumento sono la linearità delle forme, compensata dall'opulenza dei tessuti e dei ricami, arricchita da una fusciasca in vita per evidenziare la vita sottile.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Accessori

<Related words> ^sciarpa^, ^foulard^

<Type of relation>general

<Equivalence it-zh> Tra “fuscia” e “腰带” sussiste identità concettuale relativa, in quanto il secondo è un termine che nella lingua cinese viene usato sia per identificare la fuscia, che per identificare la cintura.

<zh>腰带

<Morphosyntax> noun

<Source>^迪莲佐, 2006^: 19

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 长而宽的软皮革一带，或用来拴系的衣料。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 19

<Concept field> 服饰品

<Related words> ^围脖儿^, ^披巾^

<Type of relation> general

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> piega

<Morphosyntax> f.

<Source> ^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Ripiegatura del tessuto, fermata o no da cucitura, schiacciata dalla stiratura o lasciata aperta, fluente e morbida, fatta per ornamento o utilità, dalle innumerevoli varianti.

<Source> ^Azzali, 2015^: 688

<Concept field> Lavorazione

<Equivalence it-zh> Tra “piega” e “褶子” sussiste identità concettuale relativa, in quanto il secondo è un termine che nella lingua cinese viene usato sia per identificare la piega volontaria creata su un capo di abbigliamento, che per identificare le grinze che si creano quando l’abito risulta stropicciato.

<zh> 褶子

<Morphosyntax> noun

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 经折叠而缝成的纹。

<Source>^XHC, 2012^: 1650

<Context>“流星”以针织工艺做出特殊褶子表现流星飘逸的尾巴。

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Concept field>制造

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> drittofilo

<Morphosyntax> m.

<Usage label> main term

<Source>^<http://www.eco-atelier.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Tessuto tagliato seguendo il filo della trama.

<Source>^Azzali, 2015^: 323

<Concept field> Lavorazione

<Related words> ^sbieco^

<Type of relation> coord.

<Equivalence it-zh> Tra “drittofilo” e “直裁” sussiste piena identità concettuale.

<zh>直裁

<Morphosyntax> noun

<Usage label> main term

<Source>^ <https://book.douban.com/>^

<Lexica>按 ^HYFFC, 2012^.

<Definition> 直着裁剪的衣料。

<Source>^Luzon, 2016^

<Context> 实现原型法直裁是服装制作者的梦想，本书作者首创了简易、直观、科学、实用的梅式原型直裁法。

<Source>^ <https://book.douban.com/>^

<Concept field>制造

<Related words> ^斜裁^

<Type of relation> coord.

<Synonyms> “直线裁剪”是“直裁”的近义词。

<zh>直线裁剪

<Morphosyntax> noun group

<Category> spelling variant

<Usage label> common

<Source>^HYFFC, 2012^: 306

<Variant of>^直裁^

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> nude look

<Morphosyntax> noun group, m.

<Origin> loan word

<Source>^<http://www.cosmopolitan.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Abito trasparente o con parti trasparenti.

<Source>^Di Rienzo, 2006^: 15

<Context> Abiti scintillanti da red carpet? Non sempre. A volte per essere bellissime basta un nude look d'effetto.

<Source>^<http://www.cosmopolitan.it/>^

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Equivalence it-zh> Tra “nude look” e “透明式服装” sussiste piena identità concettuale.

<zh>透明式服装

<Morphosyntax> noun group

<Source>^迪莲佐, 2006^: 19

<Definition> 透明或部分透明的衣服。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 19

<Concept field> 服装

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> spacco

<Morphosyntax> m.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Nell'abbigliamento è l'apertura longitudinale presente in alcuni tipi di giacche, gonne, maniche o abiti per motivi di moda o per consentire maggiore libertà di movimento.

<Source>^Azzali, 2015^: 827

<Context> Doppio spacco: per la skirt a vita alta color cammello e nero di Albino, da indossare, per esempio, con un pull cropped, con trecce tricot, grigio ferro.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Lavorazione

<Related words> ^manica^, ^gonna^, ^giacca^, ^cappotto^

<Type of relation>super.

<Equivalence it-zh> Tra “spacco” e “裂缝” sussiste piena identità concettuale.

<zh> 裂缝

<Morphosyntax> noun

<Source>^ <http://shows.vogue.com.cn/>^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 末端的开口(袖子, 裙子, 外套)。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 19

<Context> 多半情况下, 连衣裙将身体的曲线进行分割, 但是那件给人生气勃勃感觉的豹纹提花裙则不同, 提花装点了上半身, 而裂缝则延续到大腿处。

<Source>^ <http://shows.vogue.com.cn/>^

<Concept field>制造

<Related words> ^袖子^, ^裙子^, ^夹克^, ^大衣^

<Type of relation>super.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> coordinato

<Morphosyntax> m.

<Usage label> main term

<Source>^Azzali, 2015^: 260

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Indumenti diversi ma uguali nel colore o nel disegno del tessuto.

<Source>^Azzali, 2015^: 260

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Synonyms> “Composè” è sinonimo di “coordinato”.

<Equivalence it-zh> Tra “coordinato” e “调和套装” sussiste piena identità concettuale.

<it> composè

<Morphosyntax> m.

<Usage label> un common

<Origin> loan word

<Source>^Azzali, 2015^: 256

<zh>调和套装

<Morphosyntax> noun group

<Source>^迪莲佐, 2006^: 18

<Definition> 同颜色或同衣料的服装。

<Source>^迪莲佐, 2006^: 18

<Concept field> 服装

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> jeans

<Morphosyntax> m., inv.

<Usage label> main term

<Origin> loan word

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Grammar> La forma plurale rimane invariata.

<Definition> Tipo di calzoncini confezionati con tela di cotone molto resistente, spesso di colore blu, con cuciture impunturate.

<Source>^Zingarelli, 2005^: 240

<Context> Una delle prime vere apparizioni di un jeans al cinema fu nel 1945 in Femmina folle con Gene Tierney nella parte di una moglie talmente gelosa da arrivare al suicidio pur di incolpare il marito di qualcosa, e dividerlo dalla sorellastra di cui si sta innamorando, interpretata da Jeanne Crain qui con la passione per il giardinaggio.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words> ^asola^, ^bottoni^, ^cerniera^, ^tasca^

<Type of relation> sub.

<Related words> ^pantaloni^

<Type of relation> coord.

<Synonyms> Nei dizionari, generalmente “blue-jeans” è indicato come termine principale per indicare questo tipo di pantaloni, ma dato che nelle riviste di settore, nella maggior parte dei settori è usato il termine “jeans”, ho scelto di includere il primo nella lista dei sinonimi.

<Equivalence it-zh> Tra “jeans” e “牛仔褲” sussiste piena identità concettuale.

<it> blue-jeans

<Morphosyntax> m, inv.

<Category> full form

<Usage label> common

<Origin> loan word

<Source> ^Zingarelli, 2005^: 240

<Variant of> ^jeans^

<zh> 牛仔裤

<Morphosyntax> noun

<Source> ^ <http://www.vogue.com.cn/> ^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 紧腰身，浅裆，裤腿很瘦的裤子，多用较厚实的布制成。最早在美国西部矿工和年轻牧人(牛仔)中流行，所以叫牛仔裤。

<Source> ^XHC, 2012^: 954

<Context> 但不高不低的短靴鞋帮似乎总在和牛仔裤的裤边“打架”，什么时候将裤边塞进靴子口里？什么时候又该卷起裤腿更好看？似乎总让人很纠结。

<Source> ^ <http://www.vogue.com.cn/> ^

<Concept field> 服装

<Related words> ^扣眼^, ^纽扣^, ^拉链^, ^衣兜^

<Type of relation> sub.

<Related words> ^裤子^

<Type of relation> coord.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> pantalone

<Morphosyntax> m.

<Usage label> main term

<Origin> adapted loan word

<Source> ^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Indumento che riveste la persona dalla cintola alle caviglie, avvolgendo separatamente le gambe, fino al collo del piede.

<Source> ^Azzali, 2015^: 641

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words> ^asola^, ^bottone^, ^cerniera^, ^tasca^, ^shorts^, ^zuava^, ^jeans^, pantalone alla sciatore, pantalone alla ^zuava^, pantalone alla cavallerizza, pantalone a zampa di elefante, pantalone alla turca, pantalone alla odalisca

<Type of relation> sub.

<Related words> ^tuta^

<Type of relation> super.

<Synonyms> Originariamente il termine “calzone” era considerato il termine principale per indicare questo capo di abbigliamento, ma negli ultimi anni il termine “pantalone”

(derivante dal francese pantalons) ha preso il sopravvento, per questo ho scelto di includere il primo nella lista dei sinonimi. Si include il termine “pantaloni” come variante, in quanto l’utilizzo del termine al singolare è più diffuso all’interno dei laboratori sartoriali, mentre il termine al plurale è più comune nell’utilizzo quotidiano.

<Equivalence it-zh> Tra “pantalone” e “裤子” sussiste piena identità concettuale.

<it> pantaloni

<Morphosyntax> m. pl.

<Category> spelling variant

<Usage label> slang

<Source>^Azzali, 2015^: 641

<Variant of> ^pantalone^

<it> calzone

<Morphosyntax> m.

<Usage label> common

<Source>^Zingarelli, 2005^: 285

<zh>裤子

<Morphosyntax> noun

<Usage label> main term

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 穿在腰部以下的衣服，有裤腰，裤裆和两条裤腿。

<Source>^XHC, 2012^: 750

<Context> 错误示范：个儿高腿细的 Cameron Diaz，因为一条错误的阔腿裤毁了一切，如果换一条九分 skinny 牛仔裤，再穿一双尖头高跟鞋，画风就完全不同了。

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Concept field> 服装

<Related words> ^扣眼^, ^纽扣^, ^拉链^, ^衣兜^, ^短裤^, ^灯笼裤^, ^牛仔裤^, 化学裤, ^灯笼裤^, 马裤, 象足形裤子, 土耳其式裤装, 穆斯林宫女式裤装

<Type of relation> sub.

<Related words> ^连衣裤^

<Type of relation> super.

<Synonyms> “长裤”是“裤子”的近义词.

<zh> 长裤

<Morphosyntax> noun

<Category> spelling variant

<Usage label> common

<Source>^HYFFC, 2012^: 525

<Variant of>^裤子^

<Context> 即使是上班时间，这也是值得尝试的穿法，衣橱中那件穿了几年的连衣裙，可以因为加了一条长裤而重新焕发生机。

<Source>^<http://www.vogue.com.cn/>^

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> shorts

<Morphosyntax> m., pl.

<Origin> loan word

<Source> ^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Corti calzoncini da uomo o da donna.

<Source> ^Zingarelli, 2005^: 1695

<Context> Per vederli su una donna, bisogna attendere il 1933, anno in cui la tennista Alice Marble si presenta in campo a San Francisco: i suoi inediti e candidi shorts segnano in maniera indelebile l'immaginario popolare.

<Source> ^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words> ^asola^, ^bottone^, ^cerniera^, ^tasca^

<Type of relation> sub.

<Related words> ^pantalone^

<Type of relation> super.

<Synonyms> Spesso il termine “pantaloncino” viene erroneamente usato per indicare gli “shorts”, ma in realtà questo termine al giorno d’oggi indica pantaloni caratterizzati da una lunghezza decisamente inferiore.

<Equivalence it-zh> Tra “shorts” e “短裤” sussiste piena identità concettuale.

<it> pantaloncino

<Morphosyntax> m.

<Usage label> rejected

<Source>^Zingarelli, 2005^: 1257

<zh>短裤

<Morphosyntax> noun

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 裤腿短的裤子。

<Source>^XHC, 2012^: 325

<Context> 炎炎夏季，又到了秀出美腿的时刻，短裤造型不可或缺，但你穿对了吗？

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Concept field> 服装

<Related words> ^扣眼^, ^纽扣^, ^拉链^, ^衣兜^

<Type of relation> sub.

<Related words> ^裤子^

<Type of relation> super.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> zuava

<Morphosyntax> adj.

<Origin> adapted loan word

<Source> ^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Calzoni corti, larghi e serrati al ginocchio

<Source> cfr. ^Azzali, 2015^: 975

<Context> Interessante il ritorno dei modelli un po' esotici: Les Copains abbina il pantalone alla zuava a una obi belt, mentre Fendi ci ricorda Amelia Bloomer, la prima donna che nell'800 osò portare un paio di pantaloni ispirati all'Oriente.

<Source> ^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words> ^asola^, ^bottono^, ^cerniera^, ^tasca^

<Type of relation> sub.

<Related words> ^pantalone^

<Type of relation> super.

<Equivalence it-zh> Tra “zuava” e “灯笼裤” sussiste piena identità concettuale.

<zh> 灯笼裤

<Morphosyntax> noun

<Source> ^迪莲佐, 2006^: 18

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 裤子的一种，裤腿肥大，下端收缩，形似灯笼。

<Source>^XHC, 2012^: 273

<Concept field> 服装

<Related words> ^扣眼^, ^纽扣^, ^拉链^, ^衣兜^

<Type of relation> sub.

<Related words> ^裤子^

<Type of relation> super.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> tuta

<Morphosyntax> f.

<Source>^http://www.vogue.it/^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Indumento costituito da pantaloni e casacca generalmente uniti in un solo pezzo, spesso chiuso con ^cerniera^ lampo, indossato da operai o persone che svolgono particolari attività, nel qual caso assume forme e caratteristiche specifiche.

<Source>^Zingarelli, 2005^: 1947

<Context> Tuta, tutina, giacconi dismessi o camicie da uomo usate (magari tartan da vero boscaiolo): ormai gli stilisti traggono ispirazione dai classici mestieri.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Capi di abbigliamento

<Related words> ^casacca^, ^pantalone^, ^cerniera^

<Type of relation> sub.

<Equivalence it-zh> Tra “tuta” e “连衣裤” sussiste piena identità concettuale.

<zh>连衣裤

<Morphosyntax> noun

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Definition> 是指大身与裤子连在一起成为一件服装。在以前，连衣裤装只被作为工作服装使用，尤其是被农夫和机械工人使用。现在它已经成为人们衣橱中的一部分，主题主要被做成运动服。不过它也被用于日常生活，尤其受到年轻女士们的喜爱。连衣裤装有很多不同的款式和轮廓，包括那些非常受欢迎的，用刺绣和荷叶边美化的晚装。

<Source>^迪莲佐，2006^: 128

<Context> 近年来连衣裤称霸红毯的势头也愈加强烈。

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Concept field> 服装

<Related words> ^哥萨克式外套^, ^裤子^, ^拉链^

<Type of relation> sub.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> cotone

<Morphosyntax> m.

<Origin> adapted loan word

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> È fibra vegetale. Si ricava dalla peluria che avvolge i semi contenuti nel frutto di una pianta dicotiledone appartenente alla famiglia delle Malvacee e al genere *Gossypium*. La pianta, sotto forma di arbusto di media altezza, è annuale nei climi temperati e perenne nei climi tropicali e può essere erbacea o legnosa. Le specie più redditizie e diffuse sono le erbacee a coltura annuale. Il frutto, che appare come una capsula dalla forma e grossezza di una noce per le specie pregiate e di un limone per quelle scadenti, dopo cinquanta giorni giunge a maturazione, disseccandosi si apre lasciando uscire i fiocchi di cotone che man mano si asciugano e diventano sempre più voluminosi. A questo punto avviene la raccolta, vengono asciugati e sottoposti all'operazione meccanica di sgranatura. A seconda della qualità, la raccolta può essere fatta a mano o con macchine, dato che quella a mano richiede più tempo però dà i migliori risultati. Le specie di cotone sono oltre cinquanta e ai fini della classificazione commerciale della fibra, sono importanti anche i caratteri fisici naturali che comprendono: lunghezza, finezza, resistenza, elasticità, colore e maturità. Le diverse qualità commerciali sono classificate in base alla provenienza.

<Source>cfr. ^Azzali, 2015^: 279

<Context> La tela di cotone si adatta alle stampe, l'abito a corolla di Carven fantasia kiwi o lo scamiciato di Derek Lam a quadretti, ma anche ai modelli monocromatici.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Tessuti

<Related words> ^seta^, ^raso^, ^chiffon^, ^broccato^, ^denim^, ^feltro^, ^lana^, ^pizzo^, ^organza^, ^pelliccia^, ^taffetà^, ^velluto^

<Type of relation>coord.

<Equivalence it-zh> Tra “cotone” e “棉花” sussiste piena identità concettuale.

<zh> 棉花

<Morphosyntax> noun

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 一年生或多年生草本植物或灌木，栽培品种有陆地棉，海岛棉，树棉，草棉等，其中陆地棉栽培最广。果实中的棉纤维是重要的纺织原料，棉籽可以榨油。

<Source>^XHC, 2012^: 896

<Context> 2013年5月24日美国国际棉花协会（CCI）“天然美棉真我生活”系列微电影展映礼在北京成功举办。

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Concept field> 织物

<Related words> ^丝绸^, ^缎子^, ^雪纺^, ^锦缎^, ^劳动布^, ^毛毡^, ^毛织品^, ^花边^, ^蝉翼纱^, ^毛皮^, ^塔夫绸^, ^丝绒^

<Type of relation>coord.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> seta

<Morphosyntax> f.

<Source>^ <http://www.elle.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Fibra d'origine animale. È ricavata dai filamenti di bava solidificata, secreta dalla larva di lepidottero, prima che inizi questa metamorfosi.

<Source>^Azzali, 2015^: 795

<Context> Vista sulle passerelle di Gucci, Philosophy di Lorenzo Serafini o Paul & Joe, la ^camicia^ in seta con fiocco è un must have di questo autunno inverno 2015-2016, versatile, femminile e irresistibilmente chic.

<Source>^ <http://www.elle.it/>^

<Concept field> Tessuti

<Related words> ^cotone^, ^raso^, ^chiffon^, ^broccato^, ^denim^, ^feltro^, ^lana^, ^pizzo^, ^organza^, ^pelliccia^, ^taffetà^, ^velluto^

<Type of relation> coord.

<Equivalence it-zh> Tra “seta” e “丝绸” sussiste piena identità concettuale.

<zh> 丝绸

<Morphosyntax> noun

<Usage label> main term

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 蚕吐的丝，主要用来纺织绸缎。

<Source>^XHC, 2012^: 1228

<Context> 丝绸虽说是奢华的代表，但是并不会容易显得俗气，算是实穿度比较高的奢侈材质。

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Concept field> 织物

<Related words> ^棉花^, ^缎子^, ^雪纺^, ^锦缎^, ^劳动布^, ^毛毡^, ^毛织品^, ^花边^, ^蝉翼纱^, ^毛皮^, ^塔夫绸^, ^丝绒^

<Type of relation> coord.

<Synonyms> “蚕丝”是“丝绸”的近义词.

<zh>蚕丝

<Morphosyntax> noun

<Usage label> common

<Source>^HYFFC, 2012^: 467

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> raso

<Morphosyntax> m.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Tessuto di varia pesantezza, liscio e rasato, fabbricato con armatura raso o satino (ordito e trama sul dritto), presenta una faccia lucente e l'altra opaca.

<Source>^Azzali, 2015^: 734

<Context> In secondo luogo, il raso era un tessuto da sera, qualcosa di riservato a un'occasione specifica: è il caso di Rita Hayworth nel film *Gilda* del 1946. Prima di recitare in questo film, l'attrice aveva un'immagine pulita e irreprensibile.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Tessuti

<Related words> ^cotone^, ^seta^, ^chiffon^, ^broccato^, ^denim^, ^feltro^, ^lana^, ^pizzo^, ^organza^, ^pelliccia^, ^taffetà^, ^velluto^

<Type of relation>coord.

<Equivalence it-zh> Tra “raso” e “缎子” sussiste piena identità concettuale.

<zh> 缎子

<Morphosyntax> noun

<Usage label> main term (obbligatorio solo se ci sono sinonimi)

<Regional label> e/o <Style label> e/o <Origin> e/o <Standardisation>

<Source>^ <http://brand.vogue.com.cn/>^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 质地较厚，一面平滑有光彩的丝织品。

<Source>^XHC, 2012^: 327

<Context> Alice + Olivia 的卡迪短裤，鲜艳的绿色缎子，带有皮带环，正面两个斜口袋，背面有贴边口袋，口袋皆全衬。

<Source> ^<http://brand.vogue.com.cn/>^

<Concept field> 织物

<Related words> ^棉花^, ^丝绸^, ^雪纺^, ^锦缎^, ^劳动布^, ^毛毡^, ^毛织品^, ^花边^, ^蝉翼纱^, ^毛皮^, ^塔夫绸^, ^丝绒^

<Type of relation> coord.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> chiffon

<Morphosyntax> m.

<Usage label> main term

<Origin> loan word

<Source> ^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Stoffa in seta, sottile e trasparente, tessuta alla maniera della mussola, con una struttura composta da semi-opachi e granulazioni simili alla garza. Come le organze e le grenadine sono tutte tele realizzate con filato lucido-matt, fatto di un sottile filato diagonale spaziato in modo da creare la trasparenza.

<Source> ^Azzali, 2015^: 217

<Context> La produzione di chiffon di seta inizia in Cina intorno al 3000 a.C., ma questo tessuto arriva in Europa verso il 1700 ed è usato per produrre abiti per le classi sociali agiate.

<Source> ^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Tessuti

<Related words> ^cotone^, ^seta^, ^raso^, ^broccato^, ^denim^, ^feltro^, ^lana^, ^pizzo^, ^organza^, ^pelliccia^, ^taffetà^, ^velluto^

<Type of relation>coord.

<Synonyms> Il gruppo nominale “crèpe georgette” è una variante del termine “chiffon”, mentre il gruppo nominale “crespo georgette” ne è una variante.

<Equivalence it-zh> Tra “chiffon” e “雪纺” sussiste piena identità concettuale.

<it> crèpe georgette

<Morphosyntax> noun group

<Usage label> uncommon

<Origin> loan word

<Source>^Azzali, 2015^: 291

<it> crespo georgette

<Morphosyntax> noun group, m.

<Category> spelling variant

<Usage label> un common

<Origin> adapted loan word

<Source>^Azzali, 2015^: 292

<Variant of> ^crèpe georgette^

<zh>雪纺

<Morphosyntax> noun

<Usage label> main term

<Origin> loan word

<Source>^<http://www.vogue.com.cn/>^

<Lexica> 按^HYFFC, 2012^.

<Definition> 经纬线都采用涤纶或者真丝为原料，经左右加捻加工而成，织物结构使其质地、色彩效果好，以超薄型的特性赢得众多时尚女性的青睐。由于面料经纬疏朗，特别易于透气，再加染色中的减量处理充足而面料手感尤为柔软，是时髦女性所追求的时尚面料，成装上身，既甄逸迷人又庄重典雅。

<Source>^<http://baike.baidu.com/>^

<Context> Dita Von Teese 身穿蓝色碎花雪纺连衣裙，手拿编织挎包，清凉装扮十分亮眼。

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Concept field> 织物

<Related words> ^棉花^, ^丝绸^, ^缎子^, ^锦缎^, ^劳动布^, ^毛毡^, ^毛织品^, ^花边^, ^蝉翼纱^, ^毛皮^, ^塔夫绸^, ^丝绒^

<Type of relation> coord.

<Synonyms> “乔其纱”是“雪纺”的近义词。

<zh> 乔其纱

<Morphosyntax> noun

<Usage label> common

<Origin> adapted loan word

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> broccato

<Morphosyntax> m.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Tessuto composito in seta pesante, anche a doppia faccia, nel quale sono utilizzati differenti colori per intrecci floreali in rilievo, anche con fili d'oro e d'argento inseriti. Come per il ricamo, i fili aggiuntivi sono decorativi e non strutturali. Il fondo può essere di qualsiasi tessuto. Oggi il broccato è tessuto su telai Jacquard meccanizzati e computerizzati, quasi sempre in cotone o in poliestere, viscosa, acetato e in misto, pur imitando quello antico, è più simile al damasco che al broccato vero e proprio.

<Source>^Azzali, 2015^: 139

<Context> La sfilata si è aperta con un cocktail dress color magenta dal fit piacevole, e si è chiusa con un abito da sera di broccato dorato; l'intensità e la struttura di ogni look sono diventati via via più forti.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Tessuti

<Related words> ^cotone^, ^seta^, ^raso^, ^chiffon^, ^denim^, ^feltro^, ^lana^, ^pizzo^, ^organza^, ^pelliccia^, ^taffetà^, ^velluto^

<Type of relation>coord.

<Equivalence it-zh> Tra “broccato” e “锦缎” sussiste piena identità concettuale.

<zh> 锦缎

<Morphosyntax> noun

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 表面有彩色花纹的丝织品，可做服装和装饰品等。

<Source> ^XHC, 2012^: 675

<Context> 2012 秋冬季东方元素的盛行也引发了锦缎面料的大量运用，但锦缎面料并不仅仅用来展示东方风情。

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Concept field> 织物

<Related words> ^棉花^, ^丝绸^, ^雪纺^, ^缎子^, ^劳动布^, ^毛毡^, ^毛织品^, ^花边^, ^蝉翼纱^, ^毛皮^, ^塔夫绸^, ^丝绒^

<Type of relation>coord.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> denim

<Morphosyntax> m.

<Origin> adapted loan word

<Source>^ <http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Stoffa in cotone, molto robusta, prodotta in armatura saia o levantina, realizzata con filati grossolani, fortemente ritorti. Nel lavaggio si scolorisce, ma l'aspetto stinto e un po' vissuto è apprezzato. La superficie si presenta con effetto diagonale da destra a sinistra, spigata, a tinta unita. I fili di ordito colorati, si intrecciano con i fili di trama, grezzi.

<Source>^Azzali, 2015^: 311

<Context> Da qualche stagione a questa parte, il denim si porta in total look. Che i lavaggi dei tessuti siano identici o molto diversi non è importante, quel che conta è abbinare il denim al denim. Lo abbiamo visto in passerella, ma anche le star hanno adottato subito questo trend con entusiasmo.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Tessuti

<Related words> ^cotone^, ^seta^, ^raso^, ^chiffon^, ^broccato^, ^feltro^, ^lana^, ^pizzo^, ^organza^, ^pelliccia^, ^taffetà^, ^velluto^

<Type of relation>coord.

<Equivalence it-zh> Tra “denim” e “劳动布” sussiste piena identità concettuale.

<zh> 劳动布

<Morphosyntax> noun

<Usage label> main term

<Source>^HYFFC, 2012^: 309

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 用较粗的棉纱，棉线织成的斜纹布，质地紧密厚实，坚实耐穿多用来做工作服。

<Source>^XHC, 2012^: 776

<Concept field> 织物

<Related words> ^棉花^, ^丝绸^, ^雪纺^, ^缎子^, ^锦缎^, ^毛毡^, ^毛织品^, ^花边^, ^蝉翼纱^, ^毛皮^, ^塔夫绸^, ^丝绒^

<Type of relation>coord.

<Synonyms> “牛仔布”是“劳动布”的近义词。

<zh>牛仔布

<Morphosyntax> noun

<Usage label> common

<Source>^HYFFC, 2012^: 309

<Context> 这款百搭单品选用深靛青色牛仔布制成，配有同色系弹力针织两袖。

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> feltro

<Morphosyntax> m.

<Source>^<http://www.stylosophy.it/>

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> È un panno dall'aspetto lanoso, spesso e robusto, impermeabile, caldo e resistente al calore. Viene annoverato nella categoria dei “tessuti non tessuti” a causa della mancanza di trama e ordito. La coesione delle fibre avviene in modo naturale: è un fenomeno di unione delle fibre di lana e peli sotto l'azione di una follatura. È utilizzato nell'abbigliamento soprattutto per cappelli, da donna e da uomo, che rappresentano l'applicazione tradizionale più importante.

<Source>^Azzali, 2015^: 349

<Context> Ecco la shopping bag che la grande designer di moda ha creato proprio per questa occasione, in velluto o in feltro.

<Source>^<http://www.stylosophy.it/>^

<Concept field> Tessuti

<Concept field> Tessuti

<Related words> ^cotone^, ^seta^, ^raso^, ^chiffon^, ^broccato^, ^denim^, ^lana^, ^pizzo^, ^organza^, ^pelliccia^, ^taffetà^, ^velluto^

<Type of relation>coord.

<Equivalence it-zh> Tra “feltro” e “毛毡” sussiste piena identità concettuale.

<zh>毛毡

<Morphosyntax> noun

<Usage label> main term

<Source>^ <http://brand.vogue.com.cn/>^

<Lexica> 按^HYFFC, 2012^.

<Definition>工业常用工具，采用羊毛制成，利用加工粘合而成。主要特征有富有弹性，可作为防震、密封、衬垫和弹性钢丝针布底毡的材料。应用于各种产业机械—防振、含油润滑、耐摩擦等行业。

<Source> ^ <http://baike.baidu.com/>^

<Context> Borsalino Hat 采用纯羊毛毡和绸缎里布，精心打造优美线条。

<Source> ^ <http://brand.vogue.com.cn/>^

<Concept field> 织物

<Related words> ^棉花^, ^丝绸^, ^雪纺^, ^缎子^, ^锦缎^, ^劳动布^, ^毛织品^, ^花边^, ^蝉翼纱^, ^毛皮^, ^塔夫绸^, ^丝绒^

<Type of relation> coord.

<Synonyms> “毡制品”是“毛毡”的近义词。

<zh>毡制品

<Morphosyntax> noun

<Usage label> common

<Source> ^HYFFC, 2012^: 330

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> lana

<Morphosyntax> f.

<Source> ^Azzali, 2015^: 505

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Fibra tessile sotto forma di morbidissimi e sottilissimi peli. Proviene dal vello o dal pelo di alcuni animali lanuti, primo fra tutti quello di pecora. Grazie alla particolare struttura delle sue fibre, la lana assorbe umidità, isola dal calore e dal freddo, è ignifuga e conserva la massima elasticità.

<Source>^Azzali, 2015^: 505

<Concept field> Tessuti

<Related words> ^cotone^, ^seta^, ^raso^, ^chiffon^, ^broccato^, ^denim^, ^feltro^, ^pizzo^, ^organza^, ^pelliccia^, ^taffetà^, ^velluto^

<Type of relation>coord.

<Equivalence it-zh> Tra “lana” e “毛织品” sussiste piena identità concettuale.

<zh>毛织品

<Morphosyntax> noun

<Usage label> main term

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 用兽毛纤维或人造毛等纺织成的料子。

<Source> ^XHC, 2012^: 876

<Context> 要知道 Missoni 是个如此热爱毛织品的品牌，编织是她们的拿手好戏，“直接用孔雀羽毛多没有创意！”

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Concept field> 织物

<Related words> ^棉花^, ^丝绸^, ^雪纺^, ^缎子^, ^锦缎^, ^劳动布^, ^毛毡^, ^花边^, ^蝉翼纱^, ^毛皮^, ^塔夫绸^, ^丝绒^

<Type of relation>coord.

<Synonyms> “羊毛”和“呢绒”是“毛织品”的近义词。

<zh>羊毛

<Morphosyntax> noun

<Usage label> common

<Source>^HYFFC, 2012^: 545

<zh>呢绒

<Morphosyntax> noun

<Usage label> common

<Source>^HYFFC, 2012^: 545

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> pizzo

<Morphosyntax> m.

<Usage label> main term

<Source>^http://www.vogue.it/

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Particolare lavoro eseguito ad ago, ad uncinetto o a fuselli che può essere ripetuto per metri e impiegato per guarnizione. Il pizzo ad ago è considerato un'evoluzione del ricamo ; il pizzo a fuso ha come fine quello di ottenere un tessuto più leggero e trasparente.

<Source>^Azzali, 2015^: 697

<Context> Sofisticato e regale tanto che Napoleone lo rese obbligatorio nell'abbigliamento di corte, il pizzo, chiamato anche trina o merletto, si divide in due categorie dal punto di vista tecnico: ad ago (derivazione del ricamo) e a tombolo (il filo si avvolge attorno a dei fuselli e poi si appunta a un cuscino a forma di tamburo).

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Tessuti

<Related words> ^cotone^, ^seta^, ^raso^, ^chiffon^, ^broccato^, ^denim^, ^feltro^, ^lana^, ^organza^, ^pelliccia^, ^taffetà^, ^velluto^

<Type of relation> coord.

<Synonyms> I termini “merletto” e “trina” sono sinonimi di “pizzo”.

<Equivalence it-zh> Tra “pizzo” e “花边” sussiste piena identità concettuale.

<it> merletto

<Morphosyntax> m.

<Usage label> common

<Source>^Azzali, 2015^: 562

<it> trina

<Morphosyntax> f.

<Usage label> uncommon

<Source>^Azzali, 2015^: 924

<zh> 花边

<Morphosyntax> noun

<Usage label> main term

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 手工艺品，编织或刺绣成的各种花样的带子，通常用做衣服的镶边。

<Source>^XHC, 2012^:

<Context> 17 世纪是欧洲花边生产的繁荣时期，这种装饰用的带状织物一度成为皇室贵族服装上的必要元素。

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>

<Concept field> 织物

<Related words> ^棉花^, ^丝绸^, ^雪纺^, ^缎子^, ^锦缎^, ^劳动布^, ^毛毡^, ^毛织品^, ^蝉翼纱^, ^毛皮^, ^塔夫绸^, ^丝绒^

<Type of relation> coord.

<Synonyms> “蕾丝”是“花边”的近义词。

<zh> 蕾丝

<Morphosyntax> noun

<Usage label> common

<Origin> loan word

<Source>^HYFFC, 2012^: 375

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> organza

<Morphosyntax> f.

<Usage label> main term

<Source> ^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Stoffa leggera, trasparente, piuttosto rigida. In origine fabbricato con filato organzino di ^seta^, ma attualmente anche con filati di cotone, raion e fibre sintetiche, molto sottili, con fittezza da 24 a 36 fili al centimetro, in ordito e in trama. È reso rigido con apprettatura.

<Source> ^Azzali, 2015^: 619

<Context> Abito lungo di organza dipinta a mano a motivi floreali e decori effetto stucco con nastro di doppia duchesse. Dolce & Gabbana Alta Moda.

<Source> ^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Tessuti

<Related words> ^cotone^, ^seta^, ^raso^, ^chiffon^, ^broccato^, ^denim^, ^feltro^, ^lana^, ^pizzo^, ^pelliccia^, ^taffetà^, ^velluto^

<Type of relation> coord.

<Synonyms> I termini “organdi”, “orgàndis”, “organdì” e “organdisse” sono varianti di “organza”.

<Equivalence it-zh> Tra “organnza” e “蝉翼纱” sussiste piena identità concettuale.

<it> organdi

<Morphosyntax> m.

<Category> spelling variant

<Usage label> uncommon

<Origin> adapted loan word

<Source>^Azzali, 2015^: 619

<Variant of> ^organza^

<it> orgàndis

<Morphosyntax> m.

<Category> spelling variant

<Usage label> uncommon

<Origin> loan word

<Source>^Azzali, 2015^: 619

<Variant of> ^organza^

<it> organdì

<Morphosyntax> m.

<Category> spelling variant

<Usage label> uncommon

<Origin> adapted loan word

<Source>^Azzali, 2015^: 619

<Variant of> ^organza^

<it> organdisse

<Morphosyntax> m.

<Category> spelling variant

<Usage label> uncommon

<Origin> loan word

<Source>^Azzali, 2015^: 619

<Variant of> ^organza^

<zh>蝉翼纱

<Morphosyntax> noun

<Source>^HYFFC, 2012^: 409

<Lexica> 按^HYFFC, 2012^.

<Definition> 纱的一种，质地轻软，常用作窗纱。

<Source>^http://baike.baidu.com/

<Concept field> 织物

<Related words> ^棉花^, ^丝绸^, ^雪纺^, ^缎子^, ^锦缎^, ^劳动布^, ^毛毡^, ^毛织品^, ^花边^, ^毛皮^, ^塔夫绸^, ^丝绒^

<Type of relation>coord.

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> pelliccia

<Morphosyntax> f.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Prodotto ricavato dalla pelle di animali, trattato in modo tale da conservare il mantello pilifero e le originali caratteristiche di lucentezza e morbidezza. Le pelliccie sono composte da due elementi essenziali, la pelle e il vello dell'animale. Spesso il vello risulta formato da due strati, uno setoloso a peli lunghi detto giarra (o semplicemente pelo) e l'altro lanoso detto borra (o sottopelo).

<Source>cfr. ^Azzali, 2015^: 657

<Context> Emancipata dalla sua funzione di mero riparo, la pelliccia rappresenta fin dai tempi lontani il potere e lo status.

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Concept field> Tessuti

<Related words> ^cotone^, ^seta^, ^raso^, ^chiffon^, ^broccato^, ^denim^, ^feltro^, ^lana^, ^pizzo^, ^organza^, ^taffetà^, ^velluto^

<Type of relation>coord.

<Equivalence it-zh> Tra “pelliccia” e “毛皮” sussiste piena identità concettuale.

<zh> 毛皮

<Morphosyntax> noun

<Usage label> main term

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 带毛的兽皮，可以用来制衣，帽，褥子等。

<Source>^XHC, 2012^: 876

<Context> 近日，由国际毛皮协会组织的“2015 毛皮时尚亚洲巡讲”活动在中央美术学院和北京工业大学艺术设计学院成功举行。

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Concept field> 织物

<Related words> ^棉花^, ^丝绸^, ^雪纺^, ^缎子^, ^锦缎^, ^劳动布^, ^毛毡^, ^毛织品^, ^花边^, ^蝉翼纱^, ^塔夫绸^, ^丝绒^

<Type of relation>coord.

<Synonyms> “皮子”是“毛皮”的近义词。

<zh>皮子

<Morphosyntax> noun

<Category> spelling variant

<Source>^HYFFC, 2012^: 339

<Variant of>^毛皮^

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> taffetà

<Morphosyntax> m.

<Usage label> main term

<Origin> adapted loan word

<Source>^Azzali, 2015^: 867

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Tessuto compatto in armatura tela, in fibra artificiale o ricavato dai cascami della seta o dalla seta rigenerata ; è molto lucente e di medio peso. È usato per abiti da sera, sottogonne e, nei tipi più andanti, per fodere.

<Source>^Azzali, 2015^: 867

<Concept field> Tessuti

<Related words> ^cotone^, ^seta^, ^raso^, ^chiffon^, ^broccato^, ^denim^, ^feltro^, ^lana^, ^pizzo^, ^organza^, ^pelliccia^, ^velluto^

<Type of relation>coord.

<Synonyms> I termini “taffetà” e “tafetà” sono varianti del termine “taffetà”.

<Equivalence it-zh> Tra “taffetà” e “塔夫綢” sussiste piena identità concettuale.

<it> taffetà

<Morphosyntax> m.

<Category> spelling variant

<Usage label> common

<Origin> adapted loan word

<Source>^Zingarelli, 2005^: 1838

<Variant of> ^taffetà^

<it> tafettà

<Morphosyntax> m.

<Category> spelling variant

<Usage label> uncommon

<Origin> adapted loan word

<Source> ^Zingarelli, 2005^: 1838

<Variant of> ^taffetà^

<zh> 塔夫绸

<Morphosyntax> noun

<Usage label> main term

<Origin> loan word

<Source> ^ <http://www.vogue.com.cn/> ^

<Lexica> 按 ^HYFFC, 2012^.

<Definition> 是一种以平纹组织制织的熟织高档丝织品。经纱采用复捻熟丝，纬丝采用并合单捻熟丝，以平纹组织为地，织品密度大，是绸类织品中最紧密的一个品种。

<Source> ^ <http://baike.baidu.com/> ^

<Context> 华丽的塔夫绸单品在本季颇受人们喜爱。

<Source> ^ <http://www.vogue.com.cn/> ^

<Concept field> 织物

<Related words> ^棉花^, ^丝绸^, ^雪纺^, ^缎子^, ^锦缎^, ^劳动布^, ^毛毡^, ^毛织品^, ^花边^, ^蝉翼纱^, ^毛皮^, ^丝绒^

<Type of relation>coord.

<Synonyms> “塔夫绢”是“塔夫绸”的近义词。

<zh> 塔夫绢

<Morphosyntax> noun

<Category> spelling variant

<Origin> adapted loan word

<Source>^<http://baike.baidu.com/>^

<Variant of> ^塔夫绸^

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> velluto

<Morphosyntax> m.

<Source>^ <http://www.elle.it/>^

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition> Tessuto di seta, cotone, lana o fibre sintetiche, che presenta su una delle due facce una superficie pelosa, formata dai fili dell'ordito o della trama rasati più o meno alti.

<Source>^Zingarelli, 2005^: 1990

<Context> Moda autunno inverno 2016 - 2017: di tendenza vestiti e tailleur in velluto e ciniglia.

<Source>^ <http://www.elle.it/>^

<Concept field> Tessuti

<Related words> ^cotone^, ^seta^, ^raso^, ^chiffon^, ^broccato^, ^denim^, ^feltro^, ^lana^, ^pizzo^, ^organza^, ^pelliccia^, ^taffetà^

<Type of relation>coord.

<Equivalence it-zh> Tra “velluto” e “丝绒” sussiste piena identità concettuale.

<zh>丝绒

<Morphosyntax> noun

<Usage label> main term

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Lexica> 按^HYFFC, 2012^.

<Definition>用蚕丝和人造丝为原料织成的丝织品，表面起绒毛，色泽鲜艳，光亮，质地柔软，供制服装，帷幕，装饰品等。

<Source> ^XHC, 2012^: 1228

<Context> TOM FORD 丝绒幽兰的东方香调唤起对情意爱欲的渴望，在 TOM FORD 标志性的魅夜兰花诱人气息中融入极具女性丰饶魅力的清新柑橘、动人花瓣、蜂蜜和朗姆酒香。

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Concept field> 织物

<Related words> ^棉花^, ^丝绸^, ^雪纺^, ^缎子^, ^锦缎^, ^劳动布^, ^毛毡^, ^毛织品^, ^花边^, ^蝉翼纱^, ^塔夫绸^, ^毛皮^

<Type of relation>coord.

<Synonyms> “天鹅绒”，“立绒”和“经绒”是“丝绒”的近义词。

<zh>天鹅绒

<Morphosyntax>noun

<Category> spelling variant

<Source>^HYFFC, 2012^: 532

<Variant of> ^丝绒^

<zh>立绒

<Morphosyntax>noun

<Category> spelling variant

<Source>^HYFFC, 2012^: 532

<Variant of> ^丝绒^

<zh>经绒

<Morphosyntax>noun

<Category> spelling variant

<Source>^HYFFC, 2012^: 532

<Variant of> ^丝绒^

**

<Subject> 时装 / Moda

<Subfield> 时装设计 / Sartoria

<it> sartoria

<Morphosyntax> f.

<Source>^Azzali, 2015^: 775

<Lexica> attestato in ^Zingarelli, 2005^.

<Definition 1> Produzione artigianale o industriale di abiti.

<Source 1>^Azzali, 2015^: 775

<Definition 2> Laboratorio artigianale dove si confezionano gli abiti.

<Source 2>^Azzali, 2015^: 775

<Concept field> Lavorazione

<Synonyms> Nel caso della seconda accezione del termine, “atelier” è da considerarsi sinonimo di “sartoria”.

<Equivalence it-zh> Tra “sartoria” e “缝纫” sussiste identità concettuale parziale, in quanto in lingua cinese il termine indica solo la produzione di abiti in senso artigianale o industriale, non il laboratorio dove questi vengono prodotti.

<it> atelier

<Morphosyntax> m.

<Usage label> common

<Origin> loan word

<Source>^Azzali, 2015^: 775

<zh> 缝纫

<Morphosyntax> noun

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Lexica> 按 ^XHC, 2012^.

<Definition> 指裁剪制作衣服，鞋帽等。

<Source> ^XHC, 2012^: 394

<Context> 过往的时装缝纫习惯将走线隐藏，而在本季诸多品牌如 Alexander McQueen、Bottega Veneta 等都将缝纫线显现，而这种单一、疏密有序的缝线更是成为简约廓型的细节装饰，规整的结构线条尽显高超制衣工艺。

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

10. Schede bibliografiche

Wénxiàn mùlù 文献目录

<Source>^Acquarone, 2013^

<Reference> ACQUARONE L. (2013), “Stile nuovi neuroni: dal kilt al glitter”, *Vogue Italia*, 757.

**

<Source>^<http://www.askanews.it/>^

<Reference> <http://www.askanews.it/>

**

<Source>^Azzali, 2015^

<Reference> AZZALI M. (2015), *Dizionario di costume e moda. Dal filo all'abito*, Roma, M. E. Architectural Book and Review.

**

<Source>^<http://baike.baidu.com/>^

<Reference> <http://baike.baidu.com/>

**

<Source>^<http://beauty.pianetadonna.it/>^

<Reference> <http://beauty.pianetadonna.it/>

**

<Source>^ <http://brand.vogue.com.cn/>^

<Reference> <http://brand.vogue.com.cn/>

**

<Source>^Casacchia, 2013^

<Reference> CASACCHIA G., BAI Y. (2013), *Dizionario Cinese - Italiano*, Venezia, Cafoscarina.

**

<Source>^<http://www.cosmopolitan.it/>^

<Reference> <http://www.cosmopolitan.it/>

**

<Source>^<http://www.dejavuteam.com/>^

<Reference> <http://www.dejavuteam.com/>

**

<Source>^<http://www.diredonna.it/>^

<Reference> <http://www.diredonna.it/>

**

<Source>^Di Rienzo, 2006^

<Reference> DI RIENZO S. (2006), *Moda: manualità tecnica e illustrazioni* (时装, 手工技能与艺术图片), Roma, De Luca.

**

<Source>^ <https://www.douban.com/>^

<Reference> <https://www.douban.com/>

**

<Source>^ <http://dress.pclady.com.cn/>^

<Reference> <http://dress.pclady.com.cn/>

**

<Source>^ <https://www.douban.com/>^

<Reference> <https://www.douban.com/>

**

<Source>^ <http://electromode.org/>^

<Reference> <http://electromode.org/>

**

<Source>^ <http://www.elle.it/>^

<Reference> <http://www.elle.it/>

**

<Source>^<http://www.ellechina.com/>^

<Reference> <http://www.ellechina.com/>

**

<Source>^<http://faidatemaniam.pianetadonna.it/>^

<Reference> <http://faidatemaniam.pianetadonna.it/>

**

<Source>^Gnoli, 2012^

<Reference> GNOLI S. (2012), *Moda: dalla nascita della haute couture a oggi*, Roma, Carocci.

**

<Source>^<http://www.gq.com.cn/>^

<Reference> <http://www.gq.com.cn/>

**

<Source>^<http://www.gqitalia.it/>^

<Reference> <http://www.gqitalia.it/>

**

<Source>^ <http://www.haibao.com/>^

<Reference> <http://www.haibao.com/>

**

<Source>^<http://www.halibutwear.com/>^

<Reference> <http://www.halibutwear.com/>

**

<Source>^HYFFC, 2012^

<Reference> (2012) *Hanying yinghan fuzhuang fenlei cidian* 汉英英汉服装分类词典 (Dizionario analogico del settore dell'abbigliamento), Beijing, Zhongguo fangzhi chubanshe.

**

<Source>^<http://www.ixiumei.com/>^

<Reference> <http://www.ixiumei.com/>

**

<Source>^Jenkyn Jones, 2011^

<Reference> JENKYN JONES S. (2011), *Professione Stilista*, Modena, Logos.

**

<Source>^<http://junglam.com/>^

<Reference> <http://junglam.com/>

**

<Source>^<http://www.lardini.it/>^

<Reference> <http://www.lardini.it/>

**

<Source>^Luzon, 2016^

<Reference>LUZON S. (2016)

**

<Source>^Menkes, 2016^

<Reference> MENKES S. (2016), “Generation neutral”, *Vogue Italia*, 785.

**

<Source>^<http://shows.vogue.com.cn/>^

<Reference> <http://shows.vogue.com.cn/>

**

<Source>^<http://www.style.it/>^

<Reference> <http://www.style.it/>

**

<Source>^<http://www.stylosophy.it/>^

<Reference> <http://www.stylosophy.it/>

**

<Source>^<http://www.unadonna.it/>^

<Reference> <http://www.unadonna.it/>

**

<Source>^ <http://www.vogue.com.cn/>^

<Reference> <http://www.vogue.com.cn/>

**

<Source>^<http://www.vogue.it/>^

<Reference> <http://www.vogue.it/>

**

<Source>^ <http://vogue.moonbasa.com/>^

<Reference> <http://vogue.moonbasa.com/>

**

<Source> ^XHC, 2012^

<Reference> (2012), *Xiandai hanyu cidian* 现代汉语词典 (Dizionario di cinese moderno), Beijing, Shangwu yinshuguan.

**

<Source>^<http://www.yoka.com/>^

<Reference> <http://www.yoka.com/>

**

<Source>^<http://zh.wikihow.com/>^

<Reference> <http://zh.wikihow.com/>

**

<Source>^Zingarelli, 2005^

<Reference> ZINGARELLI N. (2005), *Vocabolario della lingua italiana*, Bologna, Zanichelli.

**

<Source>^迪莲佐, 2006^

<Reference> DI RIENZO S. (2006), *Moda: manualità tecnica e illustrazioni* (时装, 手工技能与艺术图片), Roma, De Luca.

**

<Source>^水野, 2014^

<Reference> SHUI YE Jia Zi 水野佳子[Yoshiko Mizuno] (2014), *Fengren jichu de jichu* 缝纫基础的基础 (Le basi delle basi del lavoro di cucito), Beijing, Huaxue gongye chubanshe.

**

<Source>^郑, 2013^: 190

<Reference> ZHENG Shu Ling 郑淑玲 (2013), *Fuzhuang zhizuo jichu shidian* 服装制作基础事典 (Enciclopedia di base per la fabbricazione di capi di abbigliamento), Zhengzhou, Henan kexue jishu chubanshe.

**

<Source>^周, 2004^: 57

<Reference> ZHOU Qi Feng 周启凤 (2004), *Fuzhuang sheji yu shizhuang hua jifa, 21 shiji gaozhi gao zhuan guihua jiaocai: yishu sheji* 服装设计与时装画技法, 21 世纪高职高专规划教材: 艺术设计系列 (Abilità e tecniche nel disegno di moda e nel design di capi di abbigliamento, materiale didattico professionale per programmi di alto livello: serie sul design e l'arte), Beijing, Qinghua Daxue chubanshe youxian gongsi.

**

<Source>^ <http://www.7y7.com/>

<Reference> <http://www.7y7.com/>

**

<Source>^ <http://www.700bike.com/>

<Reference> <http://www.700bike.com/>

TABELLA DI RAPIDA CONSULTAZIONE ITALIANO - CINESE

| <it> | <zh> | pīnyīn |
|--------------------|----------|------------------------------|
| Abito | 西服 | Xīfú |
| Asola | 扣眼 | Kòuyǎn |
| Baschina | 巴斯克 | Bāsīkè |
| Blusa | 宽大罩衫 | Kuānda zhàoshān |
| Bottone | 纽扣 | Niǔkòu |
| Broccato | 锦缎 | Jǐnduàn |
| Camicia | 衬衫 | Chènshān |
| Cappa | 披肩 | Pījiān |
| Cappotto | 大衣 | Dàiyī |
| Casacca | 哥萨克式外套 | Gēsàkèshì wàitào |
| Cerniera | 拉链 | Lāliàn |
| Chiffon | 雪纺 | Xuěfǎng |
| Colletto | 领子 | Lǐngzi |
| Collo alla coreana | 立领 | Lìlǐng |
| Coordinato | 调和套装 | Tiáohé tàozhuāng |
| Cotone | 棉花 | Míánhua |
| Denim | 劳动布 | Láodòngbù |
| Drittofilo | 直裁 | Zhícaí |
| Feltro | 毛毡 | Máozhān |
| Finanziera | 园垂尾式大衣 | Yuánchuíwěishì dàiyī |
| Foulard | 披巾 | Pījīn |
| Frac | 燕尾服 | Yànwěifú |
| Fusciacca | 腰带 | Yāodài |
| Giacca | 夹克 | Jiākè |
| Giubbotto | 轻便夹克 | Qīngbiàn jiākè |
| Gonna | 裙子 | Qúnzi |
| Gonna pantalone | 裙裤 | Qúnkù |
| Jeans | 牛仔裤 | Niúzáikù |
| Kilt | 褶皱短裙 | Zhědié duǎnqún |
| Lana | 毛织品 | Máozhīpǐn |
| Linea | 款式 | Kuǎnshì |
| Linea ad anfora | 瓮形 | Wèngxíng |
| Linea a campana | 喇叭式 | Lǎbāshì |
| Linea impero | 帝国式 | Dìguóshì |
| Linea redingote | 紧身细腰形的款式 | Jīnshēn xìyāoxíng de kuǎnshì |
| Linea a ruota | 圆形 | Yuánxíng |
| Linea a sigaretta | 香烟式 | Xiāngyānshì |
| Linea a trapezio | 梯形款式 | Tīxíng kuǎnshì |
| Linea a triangolo | 倒梯形 | Dào tīxíng |
| Linea a uovo | 蛋形的款式 | Dàn xíng de kuǎnshì |

| | | |
|---------------------|---------|------------------------|
| Manica | 袖子 | Xiùzi |
| Manica a kimono | 和服袖 | Héféuxiù |
| Manica a prosciutto | 火腿形衣袖 | Huǒtuǐxíng yīxiù |
| Manica a Raglan | 插肩袖 | Chājiānxiù |
| Manica a sbuffo | 泡泡袖 | Pàopàoxiù |
| Mantella | 斗篷 | Dǒupeng |
| Marinara | 海军领 | Hǎijūnlǐng |
| Martingala | 半腰带 | Bànyāodài |
| Maxigonna | 超长裙 | Chāochángqún |
| Minigonna | 迷你裙 | Mǐnǐqún |
| Montgomery | 粗呢大衣 | Cūne dàyī |
| Nude look | 透明式服装 | Tòumíngshì fúzhuāng |
| Organza | 蝉翼纱 | Chányìshā |
| Pantalone | 裤子 | Kùzi |
| Paramano | 翻袖 | Fānxiù |
| Pelliccia | 毛皮 | Máopí |
| Piega | 褶子 | Zhězi |
| Pizzo | 花边 | Huābiān |
| Polo | 马球领 | Mǎqiúling |
| Polsino | 袖口 | Xiùkǒu |
| Poncho | 庞裘披肩 | Pángqiú pījiān |
| Raso | 缎子 | Duànzi |
| Revers | 翻领 | Fānlǐng |
| Redingote | 小腰身女式大衣 | Xiǎoyāoshēn nǚshì dàyī |
| Robe-manteau | 长袍披肩 | Chángpáo pījiān |
| Sartoria | 缝纫 | Féngrèn |
| Sbieco | 斜裁 | Xiécái |
| Scamicciato | 连衣裙 | Liányīqún |
| Sciallato | 围巾领 | Wéijīnlǐng |
| Scialle | 围巾 | Wéijīn |
| Sciarpa | 围脖儿 | Wéibó |
| Scollatura | 领口 | Lǐngkǒu |
| Scollatura a barca | 船形领口 | Chuánxíng lǐngkǒu |
| Seta | 丝绸 | Sīchóu |
| Shorts | 短裤 | Duǎnkù |
| Soprabito | 外套 | Wàitào |
| Sottogonna | 衬裙 | Chènqún |
| Spacco | 裂缝 | Lièfèng |
| Spallina | 肩带 | Jiāndài |
| Taffetà | 塔夫绸 | Tǎfūchóu |
| Tailleur | 套装 | Tàozhuāng |
| Tasca | 衣兜 | Yīdōu |
| Trench | 战壕风衣 | Zhànháofēngyī |

| | | |
|---------|-----|------------|
| Tuta | 连衣裤 | Liányīkù |
| Velluto | 丝绒 | Sīróng |
| Zuava | 灯笼裤 | Dēnglóngkù |

TABELLA DI RAPIDA CONSULTAZIONE CINESE - ITALIANO

| pīnyīn | <zh> | <it> |
|------------------------------|----------|---------------------|
| Bāsīkè | 巴斯克 | Baschina |
| Bànyāodài | 半腰带 | Martingala |
| Chājiānxiù | 插肩袖 | Manica a Raglan |
| Chányìshā | 蝉翼纱 | Organza |
| Chángpáo pījiān | 长袍披肩 | Robe-manteau |
| Chāochángqún | 超长裙 | Maxigonna |
| Chènqún | 衬裙 | Sottogonna |
| Chènshān | 衬衫 | Camicia |
| Chuánxíng língkǒu | 船形领口 | Scollatura a barca |
| Cūne dàyī | 粗呢大衣 | Montgomery |
| Dàyī | 大衣 | Cappotto |
| Dàn xíng de kuǎnshì | 蛋形的款式 | Linea a uovo |
| Dào tīxíng | 倒梯形 | Linea a triangolo |
| Dēnglongkù | 灯笼裤 | Zuava |
| Dìguóshì | 帝国式 | Linea impero |
| Dǒupeng | 斗篷 | Mantella |
| Duǎnkù | 短裤 | Shorts |
| Duànzi | 缎子 | Raso |
| Fānlǐng | 翻领 | Revers |
| Fānxiù | 翻袖 | Paramano |
| Féng rèn | 缝纫 | Sartoria |
| Gēsàkèshì wàitào | 哥萨克式外套 | Casacca |
| Hǎijūnlǐng | 海军领 | Marinara |
| Hé fúxiù | 和服袖 | Manica a kimono |
| Huābiān | 花边 | Pizzo |
| Huǒtuǐxíng yīxiù | 火腿形衣袖 | Manica a prosciutto |
| Jiākè | 夹克 | Giacca |
| Jiāndài | 肩带 | Spallina |
| Jǐnduàn | 锦缎 | Broccato |
| Jǐnshēn xìyāoxíng de kuǎnshì | 紧身细腰形的款式 | Linea redingote |
| Kòuyǎn | 扣眼 | Asola |
| Kùzi | 裤子 | Pantalone |
| Kuānda zhàoshān | 宽大罩衫 | Blusa |
| Kuǎnshì | 款式 | Linea |
| Lāliàn | 拉链 | Cerniera |
| Lǎbashì | 喇叭式 | Linea a campana |
| Láodòngbù | 劳动布 | Denim |
| Lìlǐng | 立领 | Collo alla coreana |
| Liányīkù | 连衣裤 | Tuta |
| Liányīqún | 连衣裙 | Scamicciato |

| | | |
|------------------------|---------|-------------------|
| Lièfèng | 裂缝 | Spacco |
| Lǐngkǒu | 领口 | Scollatura |
| Lǐngzi | 领子 | Colletto |
| Mǎqiúling | 马球领 | Polo |
| Máopí | 毛皮 | Pelliccia |
| Máozhān | 毛毡 | Feltro |
| Máozhīpǐn | 毛织品 | Lana |
| Mínnǚqún | 迷你裙 | Minigonna |
| Miánhuā | 棉花 | Cotone |
| Niǚkòu | 纽扣 | Bottone |
| Niúzáikù | 牛仔裤 | Jeans |
| Pángqiú pījiān | 庞裘披肩 | Poncho |
| Pàopàoxiù | 泡泡袖 | Manica a sbuffo |
| Pījiān | 披肩 | Cappa |
| Pījīn | 披巾 | Foulard |
| Qīngbiàn jiǎkè | 轻便夹克 | Giubbotto |
| Qúnkù | 裙裤 | Gonna pantalone |
| Qúnzi | 裙子 | Gonna |
| Sīchóu | 丝绸 | Seta |
| Sīróng | 丝绒 | Velluto |
| Tǎfūchóu | 塔夫绸 | Taffetà |
| Tàozhuāng | 套装 | Tailleur |
| Tiáohé tàozhuāng | 调和套装 | Coordinato |
| Tīxíng kuǎnshì | 梯形款式 | Linea a trapezio |
| Tòumíngshì fúzhuāng | 透明式服装 | Nude look |
| Wàitào | 外套 | Soprabito |
| Wéibór | 围脖儿 | Sciarpa |
| Wéijīn | 围巾 | Scialle |
| Wéijīnlǐng | 围巾领 | Sciallato |
| Wèngxíng | 瓮形 | Linea ad anfora |
| Xīfú | 西服 | Abito |
| Xiāngyānshì | 香烟式 | Linea a sigaretta |
| Xiǎoyāoshēn nǚshì dàyī | 小腰身女式大衣 | Redingote |
| Xiécái | 斜裁 | Sbienco |
| Xiùkǒu | 袖口 | Polsino |
| Xiùzi | 袖子 | Manica |
| Xuěfǎng | 雪纺 | Chiffon |
| Yànwěifú | 燕尾服 | Frac |
| Yāodài | 腰带 | Fusciacca |
| Yīdōu | 衣兜 | Tasca |
| Yuánchuíwěishì dàyī | 园垂尾式大衣 | Finanziera |
| Yuánxíng | 圆形 | Linea a ruota |
| Zhànáo fēngyī | 战壕风衣 | Trench |

| | | |
|----------------|------|------------|
| Zhědié duǎnqún | 褶叠短裙 | Kilt |
| Zhězi | 褶子 | Piega |
| Zhícái | 直裁 | Drittofilo |

11. Commento linguistico

10.1 Sovrapposizioni di classi grammaticali

Analizzando le differenze tra la lingua italiana e quella cinese, è importante sottolineare come la prima sia una lingua flessiva, mentre la seconda sia isolante.

Se si afferma che una lingua sia flessiva (o fusiva), si intende come questa sia caratterizzata dal poter esprimere più relazioni grammaticali mediante un solo morfema. L'italiano, come la maggior parte delle lingue indoeuropee appartiene a questo tipo morfologico. Prendendo come esempio la parola *gatte*, possiamo vedere come la *e* sia un suffisso che indica il genere (femminile) ma anche il numero (plurale) dell'entità a cui si riferisce¹³⁸.

Partendo da questo presupposto, il cinese viene ritenuto una lingua isolante in quanto

ogni morfema non è scomponibile in unità morfologiche più piccole. È invariabile nella forma e attribuisce grande importanza all'ordine delle parole e agli indicatori lessicali; per questo motivo nella lingua cinese ricorre il fenomeno della sovrapposizione di classi grammaticali. Si tratta di un fenomeno assente in italiano, dove i morfi grammaticali si fondono tra loro per esprimere più relazioni grammaticali attraverso un solo morfema o unità minima significativa, in cui le categorie grammaticali di modo, tempo, caso, genere e numero sono ben definite e distinguibili tra loro¹³⁹.

Inoltre, in cinese non esiste una precisa distinzione tra classi grammaticali, solo il contesto ci permette di comprendere la funzione svolta dai termini che stiamo analizzando. Ne è esempio il termine 裂缝 *lièfēng*, che nel settore tessile viene utilizzato per indicare lo *spacco* negli abiti o nelle gonne e che ha quindi funzione di sostantivo all'interno della frase, ma il cui primo significato riconosciuto è *creparsi* (verbo), ma può indicare anche il termine italiano *crepa* (sostantivo).

10.2 Morfologia

Nella lingua italiana la suddivisione delle frasi avviene parola per parola. Nella lingua cinese invece, la suddivisione più immediata avviene per morfemi (cioè per sillabe), rendendo l'identificazione delle parole più complicata dato che anche in questo caso dipende dal contesto. La maggior parte dei morfemi può ricorrere come unità

¹³⁸ Cfr. Giorgio GRAFFI, Sergio SCALISE, *Le lingue e il linguaggio*, Bologna, Il Mulino, 2006 (I edizione anno 2003), p. 65.

¹³⁹ Magda ABBIATI, *La lingua cinese*, Venezia, Cafoscarina, 2010, *cit.* pp. 119-120.

indipendente, quindi come parole, ma può anche unirsi per dare vita a parole composte¹⁴⁰.

Questo è il caso dei termini da me analizzati all'interno dell'elaborato, in quanto le parole monomorfemiche monosillabiche sono solitamente caratterizzate da significati basilari.

10.3 Parole polimorfemiche polisillabiche

Le parole polimorfemiche polisillabiche rappresentano la parte principale dell'analisi terminografica dell'elaborato e sono divisibili in parole derivate tramite affissazione e in parole composte.

Per quanto riguarda l'affissazione, essa è una strategia morfologica mediante la quale un morfema legato si lega a un altro, così da formare un'unità morfologica superiore¹⁴¹. Sono classificabili in due categorie, affissi grammaticali e lessicali. Parlando dei primi, questi perdono il loro contenuto semantico (già limitato) e nel caso vengano utilizzati come suffissi perdono anche il tono. Spesso hanno come funzione quella di creare una parola bisillabica, ponendo così rimedio al problema della grande quantità di omofoni monomorfemici. Gli affissi lessicali, invece, sono caratterizzati dal mantenimento del tono originario e del loro specifico contenuto semantico contribuendo al significato della nuova parola formata. L'esempio principale di un affisso grammaticale è il suffisso 子 *zi*, che, aggregato a un morfema portatore di significato, forma una parola bisillabica. Il significato del primo morfema rimane invariato, come in 裙 *qún* e 裙子 *qúnzi*, entrambi *gonna*.

10.4 Parole composte

Si parla di parole composte quando la posizione di due o più morfemi, nessuno dei quali è un affisso, crea delle unità polisillabiche polimorfemiche. Nel corso dell'analisi dei termini, ho riscontrato soprattutto composti modificatore-elemento reggente e composti verbo-oggetto.

Un esempio della prima tipologia è riscontrabile spesso quando ricorre il termine 裤 *kù* (pantalone) come nel caso di 牛仔裤 *niúzáikù* (cowboy-pantalone) “jeans”, 短裤 *duǎnkù* (corto-pantalone) “shorts”, 灯笼裤 *dēnglóngkù* (lanterna-pantalone) “zuava”.

¹⁴⁰ Cfr. ABBIATI, *op. cit.*, p. 120.

¹⁴¹ Cfr. Margherita BIASCO, Mao WEN, Emanuele BANFI, *Introduzione allo studio della lingua cinese*, Roma, Carocci, 2006, p.246.

Altri casi sono rappresentati da 斜裁 *xiécái* (inclinato-tagliare), che in italiano viene tradotto con il termine “sbieco”.

Nel caso della tipologia di composti verbo-oggetto, alcuni esempi sono 扣眼 *kòuyǎn* (abbottonare-occhio) “asola”, 披肩 *pījiān* (mettere sulle spalle-spalla) “cappa”, 拉链 *lāliàn* (tirare-catena) “cerniera”, 立领 *lìlǐng* (stare in piedi-collo) “collo alla coreana”.

10.5 Prestiti e calchi

Nel presente elaborato, si riscontrano inoltre una serie di prestiti e calchi fonetici di cui ho ritenuto opportuno fare un’analisi dato che l’assunzione di prestiti costituisce un importante fattore del divenire linguistico.

Il livello più elementare in cui l’influsso di una lingua su un’altra (inferenza) si esercita è quello del lessico. Quanto meno un sottosistema della lingua si lascia individuare come chiuso, e quanto meno i rapporti che ne collegano le singole entità sono solidali, tanto più è possibile che vi siano cambiamenti o innovazioni di provenienza straniera. Singole parole straniere possono entrare in misura anche copiosa nel lessico di un’altra lingua (prestiti). Le motivazioni che spingono il parlante ad accogliere forestierismi possono essere varie. La più semplice è l’esigenza di avere termini che descrivano in maniera precisa una realtà che ancora non è presente nella sua cultura. [...]

Esistono diverse tipologie di prestiti:

- prestiti per necessità: la parola straniera si afferma perché il lessico della lingua ricevente non possiede (o sembra non possedere) termini adeguati per designare la realtà nuova;
- prestiti di lusso: spesso sono le lingue settoriali a favorire il passaggio di parole straniere e l’introduzione di prestiti. Poiché, come abbiamo già visto, nelle lingue settoriali l’esigenza di una precisione nell’individuazione dei contenuti è l’interesse primario delle persone che utilizzano quella varietà, l’introduzione di tecnicismi stranieri è più facile e più sviluppata¹⁴².

Detto ciò, si indica come prestito fonologico quando la lingua riesce ad assorbire il significato e i fonemi di una parola straniera adattandoli al suo sistema fonologico.

Durante l’analisi, si è incorso frequentemente in prestiti derivanti dalla lingua inglese. Ne sono un esempio i termini 雪纺 *xuěfǎng* “chiffon”, 巴斯克 *bāsīkè* “baschina” e 夹克 *jiākè* “giacca” che richiamano rispettivamente i termini *chiffon* (utilizzato anche in lingua italiana), *basque* e *jacket*. Anche 哥萨克 *gēsàkè*, all’interno del composto 哥

¹⁴² Giovanni GOBBER, Moreno MORANI, *Linguistica generale*, Milano, Mc-Graw Hill, 2009, cit. pp. 266-267.

萨克式外套 *gēsàkèshì wàitào* “casacca”, è un prestito dalla lingua turca, dove il termine *kazak* viene utilizzato per indicare i “cosacchi”.

Da evidenziare che, in alcuni casi, i prestiti fonetici sono affiancati da termini propri della lingua cinese, così da definire meglio il concetto senza creare rimandi alle lingue straniere. Ne è un esempio 塔夫绸 *tǎfūchóu* “taffetà”, dove 塔夫 *tǎfū* rimanda foneticamente all’inglese *taffeta* (simile al termine adottato anche in lingua italiana), mentre 绸 *chóu* indica la “seta”.

Nella traduzione di questi termini sono stati utilizzati caratteri già esistenti che hanno perso così il loro significato originale, abbattendo la corrispondenza sillaba-morfema-carattere e divenendo pure unità monomorfemiche¹⁴³.

Per quanto riguarda il calco linguistico, anche questo si colloca nell’ambito dell’interferenza lessicale, ma paragonato al prestito presenta un’accezione passiva dell’elemento straniero. Quando si cerca all’interno della propria lingua i mezzi adeguati per riprodurre un termine straniero si ha un processo di calco¹⁴⁴. Ho quindi potuto osservare come, basandosi su questo principio, molte parole che fanno parte del lessico sartoriale, sono state tradotte in cinese sulla base della struttura morfologica o sintattica del modello straniero. Ne sono esempio i termini che descrivono i tipi di linea o di manica, come 火腿形衣袖 *huǒtuǐxíng yīxiù* “manica a prosciutto”, dove 火腿 *huǒtuǐ* sta per “prosciutto”, 形 *xíng* sta per “forma” e 衣袖 *yīxiù* indica la “manica”. Allo stesso modo 蛋形的款式 *dàn xíng de kuǎnshì* “linea a uovo”, è composto da 蛋 *dàn* “uovo”, 形 *xíng* “forma” e 款式 *kuǎnshì*, traducibile con “linea”.

10.6 Polisemie e sinonimie

Il lessico specialistico è una strategia di denominazione e concettualizzazione che nasce nell’uso e nei testi. Si può distinguere un termine da un lessema grazie all’ambito di condivisione, così come non si può fare tramite la sua struttura. Nel caso dei lessemi naturali, quello che rende legittimo il legame tra significato e significante è la condivisione da parte di una comunità di parlanti. Nel caso dei termini specialistici, questi legami vengono legittimati da parte di un gruppo di utenti specializzati, gruppo caratterizzato dal fatto di essere più ristretto rispetto a una comunità linguistica naturale.

¹⁴³ Cfr. ABBIATI, *op. cit.*, p. 120.

¹⁴⁴ Cfr. GOBBER, MORANI, *op. cit.* p. 268.

In realtà, è evidente come lingua naturale e lingua speciale interagiscano l'una con l'altra, portando a sfumare il confine tra le due. Ci si trova così a confrontare una parte terminologica apparsa all'interno del lessico naturale, e fenomeni tipici della lingua naturale che si presentano all'interno del lessico specialistico, cioè polisemie e sinonimie. Quando si parla di polisemia, si intende il fenomeno per il quale il significato di un termine si ramifica in diversi concetti correlati tra loro. Questo permette di esprimere più significati senza aumentare il numero dei significanti e la funzione di esplicitarne il significato viene affidata al contesto d'uso del lessema. Parlando invece dei sinonimi, questi sono identificabili in lessemi che, sul piano semantico, presentano delle differenze relative al registro linguistico, al contesto sociale o allo stile.

Durante lo sviluppo dell'elaborato, un caso evidente di polisemia è riscontrabile proprio nel termine *sartoria*, che in lingua italiana identifica sia la produzione a livello artigianale e industriale degli abiti, che il laboratorio artigianale dove questi vengono confezionati. In lingua cinese questo dualismo non viene reso nel termine 缝纫 féngyè, che viene quindi utilizzato solo per indicare la produzione degli abiti.

Ho inoltre riscontrato diversi casi di sinonimia soprattutto tra i termini italiani, che raramente hanno trovato un'equivalenza nei termini cinesi. È il caso del termine italiano *mantella* che in italiano ha come sinonimo *tabarro*, mentre in cinese viene reso solo con il termine 斗篷 dǒupéng. Anche nel caso del termine *spallina*, il cui sinonimo in lingua italiana è *bretella*, in lingua cinese viene reso utilizzando solo 肩帶 jiāndài. Un esempio di corrispondenza nella sinonimia tra italiano e cinese è *linea a campana*, il cui sinonimo in lingua italiana è *linea a calice*, e in lingua cinese si rispecchia con il termine 喇叭式 lǎbāshì, di cui vengono considerati sinonimi 花萼式 huā'èshì (traducibile con *linea a calice*) e 酒杯式 jiǔbēishì (traducibile con *linea a bicchiere di vino*).

10.7 I termini 款式, 形 e 式

Sia nella lingua cinese che nella lingua italiana, i termini *linea*, *forma* e *tipo* possono assumere sfumature diverse a seconda del contesto in cui sono inseriti, per questo ho scelto di svolgere una breve analisi al riguardo.

Innanzitutto, parlando del termine 款式 *kuǎnshì* che nell'elaborato ho tradotto come *linea*, possiamo vedere come in realtà in lingua italiana sia generalmente tradotto

con il termine *stile*¹⁴⁵. Nel corso dei miei studi e delle mie ricerche però ho potuto vedere come questo termine venga utilizzato nei testi di tipo specialistico per far riferimento alle linee degli abiti, ed è per questo che ho scelto di prendere in considerazione “linea” come prima traduzione per creare la scheda terminografica del termine. Inoltre, ho potuto notare come, sia in cinese, che in italiano vi sia una certa interscambiabilità tra il termine *linea* e *stile* (rispettivamente 款式 *kuǎnshì* e 风格 *fēnggé*). La differenza sta nel fatto che il primo, in ambito sartoriale, identifica solo la *linea* di un abito intesa come modello specifico o un determinato taglio, mentre la parola *stile* può identificare sia il modello o il taglio in questione, ma anche una sorta di “sensazione” generale che emerge da un determinato modello accostato a determinati accessori. Questo uso del termine emerge molto chiaramente anche nel suo utilizzo nella lingua cinese e ne consegue quindi che il termine cinese 风格 *fēnggé* e italiano *stile* sia caratterizzato in entrambe le lingue da un significato semantico più ampio.

Per quanto riguarda il termine 形 *xíng*, è tradotto generalmente con *forma*¹⁴⁶ e vi è piena identità concettuale con il termine italiano. Viene utilizzato nelle descrizioni dei modelli sartoriali come in 船形领口 *chuánxíng lǐngkǒu* “scollatura a barca”, dove 船形 *chuánxíng* sta per *a forma di barca* e 领口 *lǐngkǒu* sta per *scollatura*. Un altro esempio è 梯形款式 *tāxíng kuǎnshì* “linea a trapezio”, dove 梯形 *tāxíng* sta per *a forma di trapezio* e 款式 *kuǎnshì* sta per *linea*. Da segnalare tre casi particolari in cui 形 *xíng* è stato tradotto come *linea* anziché *forma*, 圆形 *yuánxíng* “linea a ruota”, 倒梯形 *dào tǎxíng* “linea a triangolo” e 瓮形 *wèngxíng* “linea ad anfora”.

Parlando invece del termine 式 *shì*, è importante ricordare che questo termine può assumere svariati significati a seconda del contesto in cui viene inserito. In forma più ampia si traduce con la parola *tipo, forma, “in stile”, “alla”*¹⁴⁷. Ad esempio, in 哥萨克式外套 *gēsàkèshì wàitào* “casacca”, la traduzione letterale del gruppo nominale in questione sarebbe “Soprabito in stile cosacco”. Nel corso delle mie ricerche, ho notato come venga spesso utilizzato in sostituzione del termine 款式 *kuǎnshì*, come nei casi di 帝国式 *dìguóshì*, cioè *linea impero*, oppure in 香烟式 *xiāngyānshì*, che corrisponde a *linea a sigaretta*. Questo è possibile in quanto il suffisso 式 *shì*, che si traduce a livello

¹⁴⁵ Giorgio CASACCHIA, Bai YUKUN, *Dizionario cinese-italiano*, Venezia, Cafoscarina, 2013.

¹⁴⁶ CASACCHIA, YUKUN, *op. cit.*.

¹⁴⁷ *Ibidem*.

generale con i termini *stile, maniera*, è un morfema semi-libero, dato che opera sia a livello della formazione della parola (suffissi) sia al livello sintattico (enclitici). È un lessema che è passato attraverso un processo di morfologizzazione, e di seguito, di degrammaticalizzazione / trascategorizzazione. Ne consegue che le costruzioni con 式 *shì* non possano essere ricondotte ad un'unica parte del discorso e che la categoria a cui si avvicinino di più sia quella dei cosiddetti “aggettivi non predicativi”, parole usate come modificatori nominali, che però non sono mai in isolamento come predicati¹⁴⁸.

¹⁴⁸ Cfr. Giorgio Francesco ARCODIA, *La derivazione lessicale in cinese mandarino*, Franco Angeli, Milano, 2008, p. 235.

Bibliografia

- ABBIATI Magda, *La lingua cinese*, Venezia, Cafoscarina, 2010.
- ACQUARONE Lele, “Stile nuovi neuroni: dal kilt al glitter”, *Vogue Italia*, 757, Settembre 2013, pag. 398.
- ARCODIA Giorgio Francesco, *La derivazione lessicale in cinese mandarino*, Milano, Franco Angeli, 2008.
- AZZALI Mariella, *Dizionario di costume e moda. Dal filo all’abito*, Roma, M. E. Architectural Book and Review, 2015.
- BIASCO Margherita, WEN Mao, BANFI Emanuele, *Introduzione allo studio della lingua cinese*, Roma, Carocci, 2006.
- CASACCHIA Giorgio, BAI Yukun, *Dizionario Cinese - Italiano*, Venezia, Cafoscarina, 2013.
- DI RIENZO Sebastiano, *Moda: manualità tecnica e illustrazioni* (时装, 手工技能与艺术图片), Roma, De Luca, 2006.
- FRANKLYN Caryn, BEHLEN Beatrice, CARTER Alison, DAVIDSON Hilary, HARDEN Rosemary, HERALD Jackie, KLENK Jemima, WATT Judith, *Fashion: The ultimate book of costume and style*, Londra, Dorling Kindersley, 2012.
- GNOLI Sofia, *Moda: dalla nascita della haute couture a oggi*, Roma, Carocci, 2012.
- GOBBER Giovanni, MORANI Moreno, *Linguistica generale*, Milano, Mc-Graw Hill, 2009.
- GRAFFI Giorgio, SCALISE Sergio, *Le lingue e il linguaggio*, Bologna, Il Mulino, 2006 (I edizione anno 2003).
- Hanying yinghan fuzhuang fenlei cidian* 汉英英汉服装分类词典 (Dizionario analogico del settore dell’abbigliamento), Beijing, Zhongguo fangzhi chubanshe, 2012.
- JENKYN JONES Sue, *Professione Stilista*, Modena, Logos, 2011.
- LOTTERSBERGER Anna, *Industrie creative tessili in Cina, Report dello stage svolto presso Jiangnan University, Wuxi – Cina*, Politecnico di Milano, 2011.

LIU Xiao Lin 刘筱琳, *Fuzhuang zhiye yingyu* 服装职业英语 (Inglese professionale del settore dell'abbigliamento), Shanghai, Donghua Daxue chubanshe, 2010.

MENKES Suzy, "Generation neutral", *Vogue Italia*, 785, Gennaio 2016, pag. 170.

SAVILO Stefano, TESTA Salvo, *Le imprese del sistema moda. Il management al servizio della creatività*, Milano, Rizzoli Etas, 2016 (I edizione anno 2000).

SHUI YE Jia Zi 水野佳子[Yoshiko Mizuno], *Fengren jichu de jichu* 缝纫基础的基础 (Le basi delle basi del lavoro di cucito), Beijing, Huaxue gongye chubanshe, 2014.

VERGANI Guido, *Dizionario della moda*, Milano, Baldini Castoldi Dalai, 2010.

Xiandai hanyu cidian 现代汉语词典 (Dizionario di cinese moderno), Beijing, Shangwu yinshuguan, 2012.

ZHENG Shu Ling 郑淑玲, *Fuzhuang zhizuo jichu shidian* 服装制作基础事典 (Enciclopedia di base per la fabbricazione di capi di abbigliamento), Zhengzhou, Henan kexue jishu chubanshe, 2013.

ZHOU Qi Feng 周启凤, *Fuzhuang sheji yu shizhuang hua jifa, 21 shiji gaozhi gao zhuan guihua jiaocai: yishu sheji* 服装设计与时装画技法, 21 世纪高职高专规划教材: 艺术设计系列 (Abilità e tecniche nel disegno di moda e nel design di capi di abbigliamento, materiale didattico professionale per programmi di alto livello: serie sul design e l'arte), Beijing, Qinghua Daxue chubanshe youxian gongsi, 2004.

ZINGARELLI Nicola, *Vocabolario della lingua italiana*, Bologna, Zanichelli, 2005.

Sitografia

<http://www.700bike.com/>^

<http://www.7y7.com/>

<http://www.askanews.it/>

<http://baike.baidu.com/>

<http://beauty.pianetadonna.it/>

<http://brand.vogue.com.cn/>

<http://www.corriereasia.com/>

<http://www.cosmopolitan.it/>

<http://www.creativeglossary.com/>

<http://www.dejavuteam.com/>

<http://www.diredonna.it/>

<https://www.douban.com/>

<https://book.douban.com/>

<http://dress.pclady.com.cn/>

<http://www.eco-atelier.it/>

<http://electromode.org/>

<http://www.elle.it/>

<http://www.ellechina.com/>

<http://www.fabricdictionary.com/>

<http://faidatemaniam.pianetadonna.it/>

<http://www.garzantilinguistica.it/>

<http://www.gq.com.cn/>

<http://www.gqitalia.it/>
<http://www.haibao.com/>
<http://www.ilfattoquotidiano.it/>
<http://it.gdict.org/>
<http://www.ixiumei.com/>
<http://junglam.com/>
<http://www.lavorincasa.it/>
<http://www.moda24.ilsole24ore.com/>
<http://www.mrservices.it/>
<http://www.premierevision.com/>
<http://www.progettolingue.net/>
<http://www.qinxue365.com/>
<https://qualityinspection.org/>
<http://shows.vogue.com.cn/>
<https://www.simon-kucher.com/>
<http://www.sostrader.it/>
<http://www.style.it/>
<http://www.stylosophy.it/>
<http://www.team3d.it/>
<http://www.treccani.it/>
<http://www.unadonna.it/>
<http://www.vogue.com.cn/>
<http://www.vogue.it/>

<http://vogue.moonbasa.com/>

<https://it.wikipedia.org/>

http://win.istitutosangiovannibosco.net/cennini_donbosco/e-learning/Lenzi/stampa_zupo.pdf

<http://www.yoka.com/>

<http://zh.wikihow.com/>

Fonti delle figure

1. http://moda.pourfemme.it/foto/sanremo-2011-abiti-di-belen_3997.html
2. <https://www.flickr.com/photos/24395323@N08/sets/72157604038199383/>
3. <http://www.altasartoriaitaliana.it/it/images/slides/stilismo/donna/stilismo6.jpg>
4. <http://fashionandillustration.com/it/tre-fasi-della-creazione-di-una-collezione-di-moda/>
5. <http://www.collectionabbigliamento.it/product/574/Abito-smoking-moda-luciano-soprani-cerimonia-slim-fit.html>
6. http://it.123rf.com/photo_31498499_moda-illustrazione-in-stile-hand-disegno-modello-schizzo-schizzo-bella-ragazza-su-sfondo-grunge-con-.html
7. <http://sprint24.com/blog/pantone/>
8. <http://www.vanityfair.it/lifestyle/casa/16/01/04/colori-pantone-2016-arredamento-e-design-rosa-quarz-e-azzurro-serenity>
9. <http://xoomer.virgilio.it/maximo517/Photo%20MagliaTessi/armatura%20tela.jpg>
10. <http://xoomer.virgilio.it/maximo517/Photo%20MagliaTessi/armatura%20spiga.jpg>
11. <http://xoomer.virgilio.it/maximo517/Photo%20MagliaTessi/armatura%20satina.jpg>
12. <http://xoomer.virgilio.it/maximo517/Frame%20MagliaTessi.htm>
13. <http://xoomer.virgilio.it/maximo517/Frame%20MagliaTessi.htm>
14. <http://www.sitampescara.it/wp-content/uploads/2016/01/drappeggio.jpg>