



Défilé Armani Privé SS14,
One Night Only Paris,
21 Janvier 2014

Sac Shopper Borgonuovo
Giorgio Armani,
Collection
Automne-Hiver
2014-2015



GIORGIO ARMANI

L'EMPEREUR DE MILAN

En 2000, après 25 ans de carrière,
Giorgio Armani fait l'objet d'une exposition rétrospective
au Guggenheim Museum de New York.

Cet événement inédit est révélateur :

il prouve que le couturier
est une des stars incontestables de la mode,
à laquelle il a donné une audience nouvelle.

EMPEROR OF MILAN

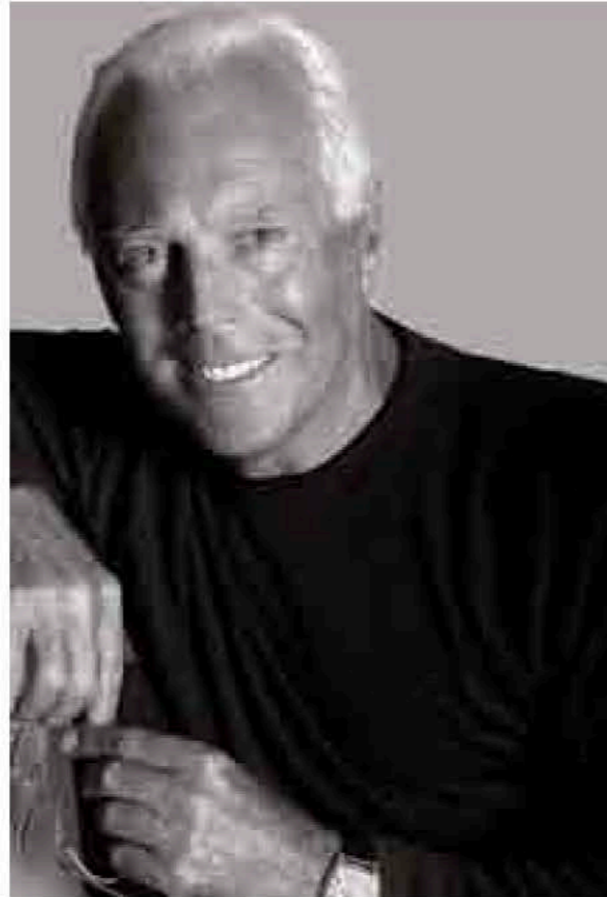
In 2000, after 25 years of creativity, Giorgio Armani was the subject of a retrospective exhibition at New York's Guggenheim Museum. This exceptional event was revealing: it proved that the designer is one of the uncontested stars of the fashion world, to which he has brought a new audience.

Dans le gotha de la mode

Le nom de Giorgio Armani s'est indubitablement imposé comme une marque leader de la mode au niveau mondial. Dans un secteur toujours plus concentré, Giorgio Armani SpA, entièrement contrôlée par Giorgio Armani lui-même, est demeurée l'une des dernières entreprises indépendantes. Elle emploie aujourd'hui 6 700 personnes, possède douze usines de production et compte quelque 2 470 boutiques dans 60 pays. Giorgio Armani a su combiner un talent rare de styliste (en 1979, il reçoit le prestigieux Neiman Marcus Fashion Award, une sorte de «prix Nobel» de la mode) et un véritable flair d'entrepreneur (il a été pionnier dans la production industrielle d'un prêt-à-porter de haute qualité). Ce n'est donc pas une surprise si Giorgio Armani a été seulement le second couturier après Christian Dior à recevoir, en 1982, un honneur rarissime : faire la couverture du magazine *Time*...

Among the elite of fashion

The name Giorgio Armani has unquestionably imposed itself as a leading trademark in fashion on a worldwide scale. In a sector that is ever more concentrated, Giorgio Armani SpA, entirely controlled by Giorgio Armani himself, has remained one of the last independent companies. Today, it employs 6700 people, owns 12 production factories, and counts some 2470 boutiques in 60 countries. Giorgio Armani succeeded in combining a rare talent for design (in 1979 he received the prestigious Neiman Marcus Fashion Award, a sort of Nobel Prize of fashion), and the true flair of an entrepreneur (he was a pioneer in the industrial production of high quality prêt-à-porter.) It's not surprising that Giorgio Armani was only the second fashion designer after Christian Dior to receive, in 1982, the rare honor of being featured on the cover of *Time* magazine...

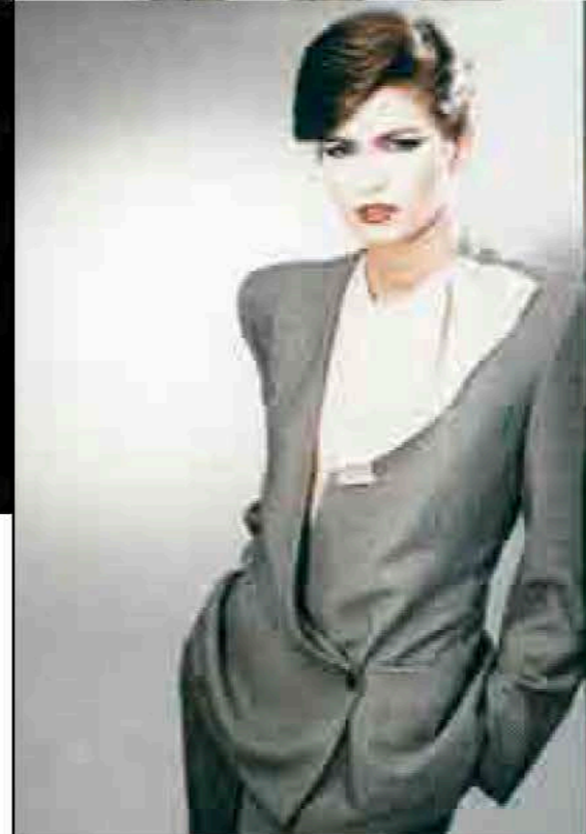


1.

1. Giorgio Armani
2. Collection Giorgio Armani Automne-Hiver, 1993-1994
3. Collection Giorgio Armani Printemps-Été, 1980
4. Campagne Giorgio Armani Automne-Hiver, 1993-1994, par Peter Lindberg
5. Giorgio Armani et sa mère, 1939, ARCHIVE GIORGIO ARMANI



2.



3.

His youth in Piacenza

Giorgio Armani comes from the Pô Valley. He was born in 1934 in Piacenza (whose name has in the past been translated in French as Plaisance), a city bathed in history located about a hundred kilometers south of Milan. In the 13th century it was the hometown of Pope Grégoire X, and five hundred years later, of the painter Pannini. After having studied medicine for two years, Giorgio Armani decided to follow his true calling, fashion. To be in the heart of the action, he moved to Milan in 1957, which was not yet the indisputable capital of Italian fashion that it would become in the 1980's (in part thanks to young designers such as Giorgio Armani!). At the time, Milan shared this position with Rome and Florence. During the years of post-war reconstruction, Giorgio Armani made his way as a true self-made man, beginning at the bottom of the ladder.

Giorgio Armani est originaire de la plaine du Pô. Il est né en 1934 à Piacenza (dont le nom était autrefois francisé en Plaisance), une ville pétrie d'histoire à une centaine de kilomètres au sud de Milan, qui fut notamment au XIII^e siècle la patrie du pape Grégoire X, et, cinq cents ans plus tard, du peintre Pannini. Après avoir débuté des études de médecine, qu'il ne poursuivra que pendant deux ans, Giorgio Armani décide de suivre sa vraie vocation, la mode. Pour être au cœur de l'action, il se transfère en 1957 à Milan, qui n'est pas encore l'indiscutable capitale de la mode italienne qu'elle deviendra dans les années 1980 (en partie grâce à de jeunes créateurs comme Giorgio Armani !). Elle partage à l'époque cette position avec Rome et Florence. Dans ces années de reconstruction de l'après-guerre, Giorgio Armani fait ses classes en véritable *self made man*, commençant en bas de l'échelle.



4.

Une jeunesse à Piacenza



5.



1.

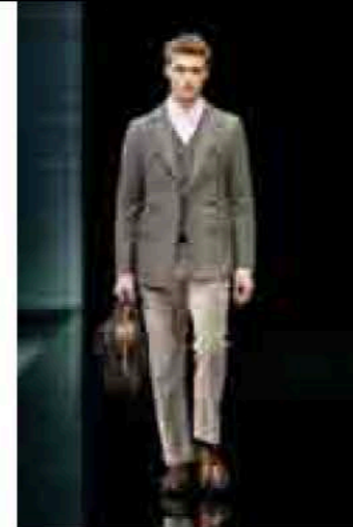
Des débuts milanais

Beginnings in Milan

One of his first jobs was that of a window dresser for one of the "La Rinascente" department stores. Located in the center of the city, very near the Duomo, the covered Vittorio Emanuele II passage and the La Scala opera, it is the meeting place of city's elegant bourgeoisie. It is also an address with a certain attachment for artists and intellectuals: its name ("the rebirth") was imagined in 1917 by the famous poet Gabriele d'Annunzio. After this enriching experience, which put him in touch with the diversity of contemporary style, he was hired as designer for Nino Cerruti, one of the most dynamic fashion houses of the moment. He would subsequently work independently for other names (including *Bagutta*, *Gibò* and *Tendresse*), picking up along the way a very complete vision of the Italian scene. In 1974, he experienced resounding success during a fashion show at the Sala Bianca at Florence's Palazzo Pitti.

L'un de ses premiers emplois est celui d'étalagiste aux grands magasins *La Rinascente*. Situés en plein centre, tout près du Duomo, du passage couvert Vittorio Emanuele II et du théâtre de la Scala, c'est le rendez-vous incontournable de la bourgeoisie élégante. Et aussi une adresse qui a partie liée avec les artistes et les intellectuels : son nom («*la Renaissance*») avait été imaginé en 1917 par le célèbre poète Gabriele d'Annunzio. Après cette expérience enrichissante, qui le met au contact de la diversité la création contemporaine, il entre comme styliste chez Nino Cerruti, une des Maisons les plus dynamiques du moment. Il travaillera ensuite comme indépendant pour d'autres griffes (dont *Bagutta*, *Gibò* ou *Tendresse*), acquérant au passage une vision très complète de la scène italienne. En 1974, il remporte un véritable succès lors d'un défilé à la Sala Bianca du Palazzo Pitti, à Florence.

2.



3.

C'est le 24 juillet 1975, peu après avoir fêté son 41^e anniversaire, qu'il crée, sur les conseils de son ami Sergio Galeotti, qui sera son co-actionnaire (jusqu'à sa mort en 1985), la société Giorgio Armani SpA. Son ascension sera fulgurante et le nom d'Armani mettra peu de temps à s'imposer comme une référence. Dans le domaine de la mode (homme, femme, enfant), évidemment, mais aussi dans les accessoires, les montres, les lunettes, les parfums, la décoration de la Maison, donnant naissance à une marque globale qui incarne un véritable *lifestyle*. Tout en menant, parallèlement, une ambitieuse politique de mécénat (auprès du MoMA, de la Biennale de Venise ou pour la restauration des vitraux de Saint-Germain-des-Prés), en dessinant le maillot de l'équipe de football d'Italie pour le Mondial 1994, en concevant des costumes d'opéra ou l'habit de lumière d'un grand torero: une créativité sans bornes!

The birth of Giorgio Armani SpA

On July 24, 1975, shortly after celebrating his 41st birthday, the designer created his company Giorgio Armani SpA, upon the advice of his friend Sergio Galeotti who would be co-shareholder until his death in 1985. The company experienced a meteoric ascension and the name Armani quickly became a reference: in the realm of fashion (men, women and children) of course, but also for accessories, watches, glasses, perfumes, and home design, giving birth to a global trademark that embodied a true lifestyle. All the while, he carried out, in parallel, an ambitious policy of patronage (for the MoMA, the Biennale of Venice and for the restoration of the stained glass windows of the Saint-Germain-des-Prés church), as well as designing the Italian football team's uniforms for the World Cup of 1994, creating costumes for the opera and a luminous suit for a great bullfighter: a boundless creativity!



4.

La naissance de Giorgio Armani SpA



5.

1. Campagne Giorgio Armani Automne-Hiver 1992-1993, par Peter Lindberg
2. Défilé femme Giorgio Armani Automne-Hiver 2014-2015

3. Défilé Homme Giorgio Armani Automne-Hiver 2014-2015
4. Escarpins en veau velours et cuir vernis noir, chaîne argentée, collection Giorgio Armani Automne-Hiver 2014-2015
5. Sac masculin en crocodile délavé, Collection Automne-Hiver 2014-2015

GIORGIO

ARMANI



1.

Les dates phares



2.

Key Dates

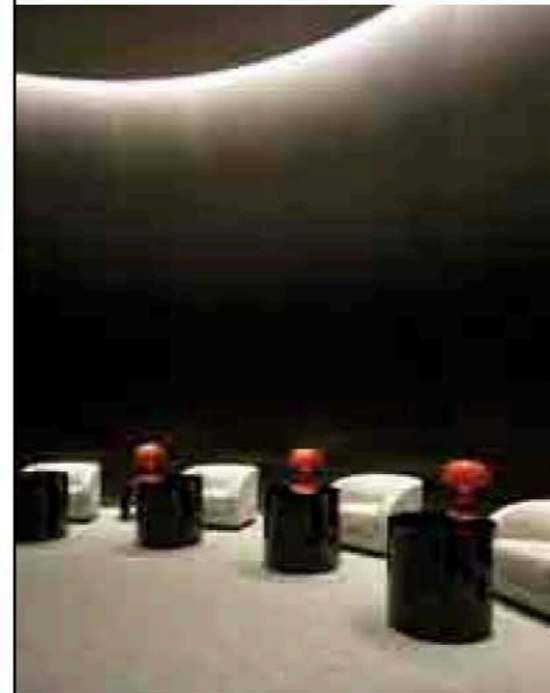
If the launch of the "deconstructed" jacket, which marked the 1980's, remains a symbol of the consecration of the Giorgio Armani fashion house, other dates permit a synthesis of this singular success story. The year 1975 marked the launch of the collection, which, from the very beginning was for both men and women. In 1981, two years after having been honored with the prestigious Neiman Marcus Fashion Award, the Emporio Armani was born. In 1982, the first Giorgio Armani boutique opened in Milan. In 1987, the line of eyewear was launched. In 1995, one of his greatest successes, the women's perfume, *Acqua di Giò* was baptized (the men's version followed a year later and was the official perfume of the Cannes Film Festival.) And the 21st century shows no signs of a slowdown: In 2000, cosmetics entered the ever larger Armani family, as well as the Armani Casa line. And more recently, in 2010, a new adventure began with the first Armani Hotel, inaugurated in Dubai, followed in 2011 by the Armani Hotel in Milano.

Si le lancement de la veste «déstructurée», qui a marqué les années 1980, est resté attaché à la consécration de la Maison Giorgio Armani quelques autres dates permettent de synthétiser cette *success story* unique. En 1975, c'est le lancement de la collection, qui, dès ses débuts, est à la fois pour homme et pour femme. En 1981, deux ans après la récompense majeure qu'est le Neiman Marcus Fashion Award, apparaît Emporio Armani. En 1982, la première boutique Giorgio Armani ouvre à Milan. En 1987, la ligne de lunetterie est lancée. En 1995, l'un de ses grands succès, le parfum pour femme *Acqua di Giò* est porté sur les fonts baptismaux (la version masculine suivra l'année suivante et sera le parfum officiel du festival de Cannes). Le XXI^e siècle ne marque pas de ralentissement: en 2000, les cosmétiques entrent dans la grande famille Armani tandis qu'apparaît la ligne Armani Casa. Et tout récemment, en 2010, une nouvelle aventure commence avec le premier Armani Hotel, inauguré à Dubai, et suivi en 2011 de l'Armani Hotel Milano.

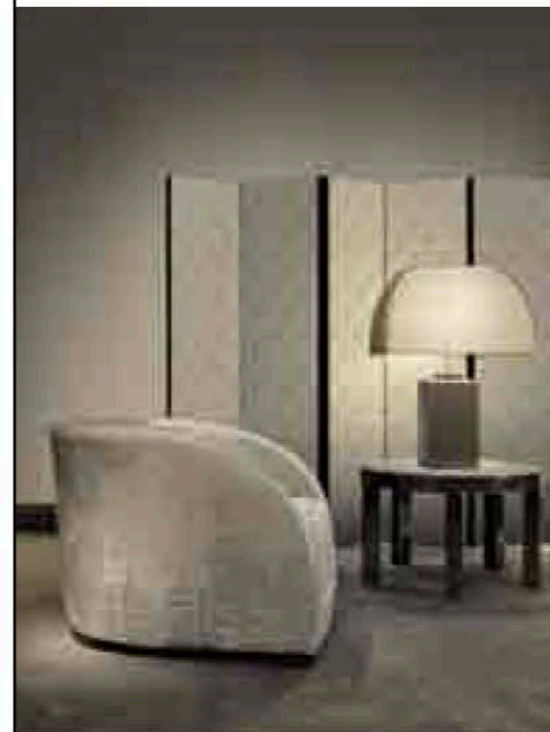
1. Lunette Giorgio Armani, Collection Automne-Hiver 2014-2015
2. Giorgio Armani Beauty, Automne-Hiver 2014-2015
3. Giorgio Armani parfums



3.



4.



5.

La diffusion internationale a suivi un rythme tout aussi impressionnant. Dès 1981, Giorgio Armani organise un défilé à Tokyo. Pionnier des relations entre le monde de la mode et les musées d'art contemporain, il le réalise en 1987 à Los Angeles au MOCA (Museum of Contemporary Art) puis en 1992 au Guggenheim Museum de New York. Dès 1990, concrétisant son intérêt pour les grandes expositions, il est le principal sponsor de rétrospective consacrée à Pasolini au MoMA de New York. Dans cette expansion mondiale, la France n'est pas en reste: en 1998, l'Emporio Armani ouvre ses portes à Saint-Germain-des-Prés puis, une décennie plus tard, en 2007, c'est dans l'incontournable Avenue Montaigne que s'installe un *flagship* Giorgio Armani. En 2008, l'année des Jeux olympiques, Armani s'ancre à Pékin ainsi qu'à New Delhi.

Setting Sights on the World

International diffusion has developed at an impressive rate. Beginning in 1981, Giorgio Armani organized a fashion show in Tokyo. A pioneer in relations between the world of fashion and modern art museums, he organized shows in 1987 at Los Angeles's MOCA (Museum of Contemporary Art), then in 1992 at the Guggenheim Museum in New York. From 1990, true to his interest in large exhibitions, he was the principal sponsor of an exhibition devoted to Pasolini at New York's MoMA. In this worldwide expansion, France was not overlooked: In 1998, the Emporio Armani opened its doors in Saint-Germain-des-Prés, then, a decade later, in 2007, the Giorgio Armani flagship store opened on Paris's "must" street, Avenue Montaigne. In 2008, year of the Olympic Games, Armani dropped anchor in Peking as well as in New Delhi.

4. Hotel Armani Dubai
5. Armani Casa, Collection 2014-2015

6. Boots en veau velours et résille noire, PréFall 2014-2015
7. Défilé Armani Privé, Collection Automne-Hiver 2014-2015



6.

Objectif monde



7.



Une passion pour l'art

Peu de créateurs actuels ont autant prêté leur talent au septième art. On ne compte plus les productions sur lesquelles Giorgio Armani a créé la totalité des costumes ou conseillé le réalisateur, depuis *American Gigolo* de Paul Schrader (1980) jusqu'à *Ocean's Thirteen*, de Steven Soderbergh (2008), en passant par *Le diable au corps* de Marco Bellocchio et *Batman, The Dark Knight Rises* de Christopher Nolan. Giorgio Armani a noué un rapport plus général avec le monde de la création. En 1990, il dessine les costumes de la tournée mondiale de David Bowie, et, l'année suivante, ceux d'Eros Ramazzotti pour son concert géant à Barcelone. Outre des collaborations avec des stars comme Tina Turner, Sting ou Beyonce, on peut compter parmi ses proches Eric Clapton qui compose la musique pour la présentation de la ligne SS 1997, ou l'architecte japonais Tadao Ando à qui il commande un théâtre dans l'ancienne usine Nestlé de Via Bergognone à Milan. C'est là qu'est désormais installé le quartier général du groupe Giorgio Armani SpA.

1. Cate Blanchett, Cérémonie des Oscars 2014
Nicole Kidman, Festival de Cannes 2014
Sarah Gadon, Festival de Cannes 2014
Juliette Binoche, Festival de Cannes 2014
2. Croquis robe de Marié Charlene Wittstock, 2 juillet 2011
3. Croquis costume de Leonardo Di Caprio pour le film de Martin Scorsese, *Le loup de Wall Street*, 2013
4. Croquis costume de Michael Fassbender pour le film de Ridley Scott, *Cartel*, 2013



A passion for art

Few of today's designers have lent so much of their talent to the silver screen. Giorgio Armani has created all of the costumes or advised the producer on countless productions from *American Gigolo* by Paul Schrader (1980) to *Ocean's Thirteen* by Steven Soderbergh (2008), *Le Diable au Corps* by Marco Bellocchio and *Batman, The Dark Knight Rises* by Christopher Nolan. Giorgio Armani has established an even broader relationship with the world of creation. In 1990, he designed the costumes for David Bowie's world tour and the following year those of Eros Ramazzotti for his giant concert in Barcelona. In addition to his collaborations with stars such as Tina Turner, Sting and Beyonce, his close friends include Eric Clapton who composed the music for the presentation of the SS line in 1997, as well as the Japanese architect Tadao Ando whom he called upon to design a theater in the former Nestlé factory on Milan's Via Bergognone. It is here where the group Giorgio Armani SpA now holds its headquarters.





GIORGIO ARMANI

PARIS - CANNES - SAINT TROPEZ



visitez ARMANI.COM

GIORGIO ARMANI

PARIS - CANNES - SAINT TROPEZ