**“Worth. Inventer la haute couture”** è stata una mostra a Parigi, visibile fino al 7 settembre 2025. Si è trattato di una retrospettiva ospitata presso il Petit Palais – Museo delle Belle Arti di Parigi, e curata in collaborazione con Palais Galliera Museo della Moda di Parigi, per celebrare colui che viene definito l’inventore dell’**Alta Moda**. La retrospettiva ci porge l’occasione di fare memoria di un personaggio **Charles Frederik Worth**, che ha segnato una svolta nel modo di organizzare il lavoro delle case di moda, dominando con le sue creazioni i salotti parigini e non solo, per tutta la seconda metà dell’ 800, fino alla sua morte nel 1895. Saranno la moglie e i figli a prendere le redini della Maison: Gaston, che ne amministrò la fortuna, e Jean-Philipp che sarà l’erede di Worth nell’attività creativa. Durerà fino al 1953, quando Maurice Worth quarta generazione della “dinastia” Worth ne consentì l’acquisizione alla **Maison Paquin.** La mostra segue le sorti della maison negli anni successivi alla morte del capostipite fino alla sua estinzione evidenziando il passaggio nei primi anni del ‘900 alla modernità con una nuova silhouette: sarà Paul Poiret, nel breve periodo che ha lavorato nella maison, che introdurrà questa nota di novità. La mostra seguiva l’evoluzione della Maison fino alla sua estinzione

Charles Frederik Worth nasce nel 1825 a Bourne, una cittadina inglese del Lincolnshire; inizia giovanissimo a lavorare in un negozio di tessuti a Londra fin quando a metà anni ’40, si trasferisce a Parigi dove viene assunto nel magazzino di tessuti Gagelin. Nel 1853 entra in società con un collega Ernest Walles e il nuovo proprietario Ocatve-Francois Opigez – Gagelin.

La svolta è nel 1858 quando con un socio di origine svedese Otto Bobergh si mette in proprio e apre un atelier assumendo una ventina di impiegati. Nasce la maison Worth e Bobergh situata al n. 7 di rue de la Paix prossima al Palazzo delle Tuileries. La vicinanza alla corte facilita l’affermarsi del couturier nel bel mondo parigino. Il tutto inizia quando la moglie, **Marie Vernet**, che avrà sempre un ruolo predominante nel trattare con le sue

clienti, si presentò alla principessa Pauline von Metternich-Sandòr, nipote del grande statista Metternich e sposa dell’ambasciatore d’Austria in Francia, proponendo i modelli del marito. La principessa indossò uno degli abiti in occasione di un ricevimento a corte che suscitò subito ammirazione dall’imperatrice Eugenia de Montijo che diventò cliente affezionata della maison Worth. Nel 1864 , l’Imperatrice nominò Worth suo fornitore ufficiale, fu così che il sarto inglese raggiunse una grande notorietà.
Tra le sue clienti contava: Elisabetta d’Austria Sissi, per lei Worth prepara l’abito per la coronazione di regina di Ungheria; la zarina di Russia; la regina Margherita di Savoia; l’imperatrice Eugénie de Montijo, consorte di Napoleone III; la regina Vittoria; la contessa di Castiglione, e la italiana donna Franca Florio; successivamente alcune attrici come Sara Bernard. Dopo la nomina a sarto ufficiale di corte, nel 1970 nel suo atelier lavoravano già circa 1200 dipendenti e il suo atelier era diventato un luogo di incontro dell’alta società, dal momento che tutte le clienti visitavano il suo atelier non solo per la scelta dell’abito, ma anche per le prove successive; inoltre, il suo nome non era conosciuto solo negli ambienti di corte ma iniziava a comparire sulle riviste femminili lette nell’alta società. Man mano la sua fama varca l’oceano e saranno i clienti americani  e inglesi a sostenere la maison Worth dopo  la guerra Franco-Prussiana, la crisi finanziaria degli anni ’80 e la forte concorrenza di altre maison che era cresciute nel frattempo.

Ma vediamo perché la storia della moda segnala il nome di Worth come l’inventore dell’Alta Moda così come lo indica la mostra di cui abbiamo parlato all’inizio.
Già abbiamo accennato a un cambio di prospettiva nel rapporto con la clientela: fino ad allora abitualmente la sarta si recava presso il domicilio della cliente, con Worth saranno le clienti a recarsi nel suo atelier incontrandolo personalmente per ricevere un consiglio. Si tratta evidentemente di un modo nuovo di lavorare: il couturier non è solo un esecutore dell’abito scelto, è un consigliere per le sue clienti, un consulente di immagine personale e

non solo per quanto riguarda l’abito. Se prima era il cliente a indirizzare il lavoro del sarto secondo i propri gusti, questo principio iniziò a ribaltarsi, sarà Worth a modellare i gusti delle sue clienti. Potremmo dire che da questo momento il couturier inizia ad essere considerato un artista e la moda entra nell’era moderna diventando allo stesso tempo impresa creativa e spettacolo pubblicitario.

Fermiamoci sul tema della presentazione delle collezioni. Una prima intuizione del couturier è quella di presentare i suoi abiti indossati, utilizzando indossatrici e non per mezzo di manichini. Sua moglie fu la sua prima modella; la si potrebbe definire come la prima modella professionista al mondo.
Oggi le collezioni vengono presentata due volte l’anno -prescindendo dalle possibili pre-collezioni, dalle cruise e quanto altro-, con sei mesi di anticipo sulla stagione interessata -Primavera/Estate, Autunno/Inverno-. Questa prassi ha origine da una intuizione di Worth che, di fronte all’incalzare delle ordinazioni, pensa che sia possibile presentare la collezione con anticipo e realizzare successivamente, ma in tempo per la nuova stagione, la personalizzazione di ogni abito acquistato delle clienti. Questa modalità di lavoro gli consente di proporre regolarmente nuove fogge cambiando in continuazione tessuti–guarnizioni – modelli.
Seguendo le nuove prassi adottate da Worth citiamo quelle che danno l’idea delle sue capacità di marketing: quella di apporre etichette con la sua griffe all’interno dell’abito, quella di firmare con il suo nome cartamodelli da lui disegnati che vengono venduti fin negli Stati Uniti. La mostra evidenzia come gli Stati Uniti conservano un gran numero di creazioni della Maison Worth.

Uno sguardo alle caratteristiche dello stile del couturier che segneranno una svolta nella storia della moda. Worth a compiere una importante cambio nella  figura femminile

sostituendo la **crinolina** con la **tournure**; si tratta di due sottostrutture dell’abito femminile che disegnavano diversamente la silhouette femminile. La crinolina, composta da cerchi che si allargano verso il basso, era diventata sempre più ingombrante, rendendo difficile per le donne gestire anche le attività più basilari, camminare, passare attraverso una porta, sedersi, ecc. Worth pensa una silhouette più pratica, quindi rende la crinolina più stretta e sposta il peso dell’abito sulla schiena grazie alla tournure liberando la parte anteriore e i fianchi del peso dell’abito e appiattendo la figura sul davanti; la figura femminile diventa, grazie anche ad un corpetto allungato sui fianchi, più longilinea e verticale, alla stesso tempo si arricchisce di una ridotta coda. Alla fine, Worth abbandonò anche tournure, creando intorno agli anni 1870 una foggia di abito dritto senza taglio in vita -verrà chiamata **princesse**– che mostra così, grazie al disegno dell’abito aderente e senza soprapposizioni di tessuti, la sua figura naturale.

Altra rivoluzione operata da Worth, fu l’abito con l’orlo più corto che arrivava alla caviglia –una gonna da passeggio – pare su suggerimento dell’imperatrice Eugenia. Inizialmente questa idea fu vista come troppo radicale, persino scioccante, con il tempo fu pacificamente adottata per i suoi evidenti vantaggi pratici.

Caratteristica dei modelli creati da Worth era la loro opulenza, non solo per il tipo di tessuti preziosi, ma anche per la quantità di tessuto utilizzato, le sovrapposizioni di pizzi e trine, per i ricami. Il lavoro richiedeva un’attenzione scrupolosa ai dettagli, alla finezza e alla maestria artigianale: otteneva questi risultati curando che le sarte fossero altamente specializzate nella cucitura di orli, nella realizzazione di gonne, nella costruzione del corpetto che doveva garantire una perfetta vestibilità a chi lo indossava. La maggior parte della cucitura degli indumenti era fatta a mano, solo alcune erano fatto con macchine da cucire appena introdotte negli atelier.

Alla morte lascia, immenso patrimonio testimone della capacità di Worth non solo come couturier, ma di promuovere il marchio in tutte le forme possibili perché il nome di Worth fosse fonte di reddito con una visione di marketing efficace anche se ancora incipiente

Worth Mostra Parigi 2025

Worth – Etichetta sugli abiti

Abito Worth

Worth 1890

Abito Worth

Worth 1865 – Forse abito da sposa per Elisabetta d’Austria

Worth – abito per Eugenia de Montijo

Worth 1897 – Vestaglia da tè