



Isabella Ratti, Image Consultant and Style Coach, author of "Fashion Marketing between online shopping and the dynamics of fashion 4.0" and "Your image on and offline - Beauty as a communication tool in the era of the digital revolution".

Isabella Ratti, Consulente d'Immagine e Style Coach autrice di "Fashion Marketing tra shopping online e dinamiche della moda 4.0" e "La tua immagine on e offline - La bellezza come strumento di comunicazione nell'era della rivoluzione digitale".

CHE COS'È *il power dressing* e quando è nato?

Quante volte è capitato di pensare ad un personaggio e di associarlo ad un colore o ad un accessorio in particolare? Ad esempio, se si pensa a Steve Jobs viene in mente immediatamente il dolce vita scuro, mentre invece se si immagina Margaret Thatcher le iconiche camicie con fiocco. Questo, e molto altro, è il power dressing.

Che cos'è il power dressing e quando è nato?

Il termine "power dressing" ha iniziato a prendere piede negli anni '70 e '80 in particolare con la pubblicazione nel 1975 di "Dress for Success" di John T. Molloy: sebbene l'autore si concentrasse principalmente sul modo in cui gli uomini potessero vestirsi per avere successo negli ambienti di lavoro, è stato uno dei primi a teorizzare l'idea che l'abbigliamento potesse influenzare la percezione del potere e dell'autorità.

Successivamente, nel 1979, il concetto è stato ulteriormente sviluppato con la pubblicazione di "The Women's Dress for Success Book", sempre di Molloy, che si rivolgeva specificamente alle donne che volevano affermarsi nel mondo del lavoro. Questo libro ha segnato un punto di svolta, poiché ha reso chiaro che anche le donne potevano utilizzare l'abbigliamento come strumento per comunicare autorità e sicurezza. Vestirsi per persuadere in politica e non solo. Il concetto sotteso ad entrambe le pubblicazioni è lo stesso: l'abbigliamento è non solo un mezzo per coprirsi e ripararsi (rispondendo quindi alle famose funzioni primarie di Barthes), ma anche e soprattutto uno strumento per poter esprimere la propria personalità, le ambizioni e - perché no - anche l'appartenenza ad una fazione politica o ad un ideale. Con il passare del tempo l'arte del power dressing si è affinata e una porzione sempre crescente di persone, soprattutto politici ma anche personaggi pubblici e del mondo dello spettacolo, hanno prima compreso e poi adottato questa strategia. Il power dressing ha avuto infatti maggiore successo prima in America, dove oggi è quasi una prerogativa data per scontata in molti contesti, e di recente anche in Italia. Personaggi di spicco del nostro Paese

How many times have you thought of a character and associated it with a particular colour or accessory? For example, if you think of Steve Jobs, you immediately think of the dark dolce vita, whereas if you imagine Margaret Thatcher's iconic bow-tie shirts. This, and much more, is the power dressing.

What is power dressing and when it was born?

The term "power dressing" began to take hold in the 70s and 80s, particularly with the publication of "Dress for Success" by John T. Molloy: although the author focused primarily on how men could dress to succeed in the workplace, he was one of the first to theorize that clothing might influence perceptions of power and authority.

The concept was further developed in 1979 with the publication of "The Women's Dress for Success Book" by Molloy, which targeted specifically women who wanted to establish themselves in the world of work. This book marked a turning point, as it made clear that women could also use clothing as a tool to communicate authority and security. Dressing to persuade in politics and not only. The concept underlying both publications is the same: clothing is not only a means to cover themselves and shelter (thus responding to the famous primary functions of Barthes), but also and above all an instrument for expressing one's personality, ambitions and - why not - even belonging to a political faction or an ideal.

Over time the art of power dressing has been refined and an ever growing portion of people, especially politicians but also public figures and the world of entertainment, have first understood and then adopted this strategy. Power dressing has been more successful in America, where it is now almost a given prerogative in many contexts, and recently also in Italy.

Prominent figures in our country

da Giorgia Meloni come prima donna a ricoprire la carica di Presidente del Consiglio a Elly Schlein, prima donna segretario del Partito Democratico - non possono fare a meno di utilizzare tailleur, giacche, ma anche acconciatura e accessori come mezzo per convincere e persuadere l'elettorato.

Kamala Harris vs Donald Trump

Il power dressing e i suoi "segreti" sono tanti più evidenti quando si confronta la comunicazione (verbale e non verbale) di due personaggi. Il caso più eclatante è stato lo scontro televisivo tra Kamala Harris e Donald Trump. I due candidati hanno portato avanti un dibattito ideologico anche e soprattutto attraverso l'abbigliamento. The Donald ha ormai un power dressing consolidato, fatto di un completo blu scuro e l'iconica cravatta rossa che è stato premiato nella prima gara alle presidenziali; Kamala Harris, ancora alla ricerca del suo stile riconoscibile, si presenta con elementi classici e rassicuranti come orecchini di perle, colori blu scuro e camicia bianca. Il contrasto, in questo caso, è stato evidente non solo per la contrapposizione cromatica tra i due candidati (che risponde ad un'appartenenza politica differente) ma anche ideologico sotteso.

George Clooney e Brad Pitt a Venezia.

È riduttivo pensare che il power dressing venga utilizzato solo dai politici: basti pensare alla differenza evidente che c'è stata tra i due sex symbol George Clooney e Brad Pitt. Il primo ha optato per uno smoking tradizionale, con camicia bianca e papillon, mentre il secondo - in maniera coerente con la sua immagine di attore trasgressivo - ha preferito un completo scuro senza camicia con pantaloni leggermente a campana

from Giorgia Meloni as the first woman to hold the office of President of the Council to Elly Schlein, first woman secretary of the Democratic Party - can not help but wear suits, jackets, but also hairstyles and accessories as a means of convincing and persuading the electorate.

Kamala Harris vs Donald Trump

The power dressing and its "secrets" are much more evident when comparing the communication (verbal and non-verbal) of two characters. The most striking case was the television clash between Kamala Harris and Donald Trump. The two candidates have carried on an ideological debate also and above all through clothing. The Donald now has a consolidated power dressing, made of a dark blue suit and the iconic red tie that was awarded in the first race at the presidential; Kamala Harris, still looking for her recognizable style, presents herself with classic and reassuring elements like pearl earrings, dark blue colors and white shirt. The contrast, in this case, was evident not only by the chromatic opposition between the two candidates (which responds to a different political affiliation) but also underlying ideology.

George Clooney and Brad Pitt in Venice.

It is reductive to think that the power dressing is used only by politicians: just think of the obvious difference between the two sex symbols George Clooney and Brad Pitt. The first one opted for a traditional tuxedo, with white shirt and bow tie, while the second - in a way consistent with his image of transgressive actor - he preferred a dark suit without shirt with slightly bell-shaped pants

foto Financial Times

