

기존 및 확장브랜드의 텍스타일 패턴디자인 개발유형 비교 연구<sup>1)</sup>  
- 이태리 패션브랜드를 중심으로 -

이 은 옥

덕성여자대학교 예술학부 섬유미술전공 조교수

**A Study on the Style of Textile Pattern Design Comparing  
Italian Fashion Brand and Its Extension Brand  
-Focus on Italian Fashion Brand-**

Eun-Oak Lee

Assistant Professor, Dept. of Textile Design, Duksung Women's University

(2002. 1. 10 접수 : 2002. 3. 23 채택)

**Abstract**

This study examines the textile pattern design of Italian fashion brands and their brand extensions by comparing their images. Five Italian fashion brands are chosen and the textile pattern design of their brand extensions, which were presented during the eight collection. Then their design style is compared with the design style of their main brands. The five main brands and their brand extensions are as follows: Anna Molinari-Blumarine, Dolce & Gabbana-D&G, Giogio Armani-Emporio Armani, Gian Franco Ferre'-GFF, and Prada-MiuMiu. Their color, motive type, motive layout, motive expression, and pattern drawing technique are examined and compared. Results suggest that most brand extensions generally use color, motive type motive layout, and motive expression similar to their main brands. In particular, their pattern drawing technique is a painting style while their main brands use a graphic style. This result suggests that to create and develop new brand extensions, Italian fashion (main brand) firms in general employ color, motive type, motive layout, and motive expression technique similar to main brands, but different drawing technique to differentiate from their main brands. The results of this study suggest that textile pattern design plays an important role in developing new brand extensions and thus should be considered as a crucial part of the product.

*Key words: brand(브랜드), brand extension(확장 브랜드), textile pattern design(텍스타일 패턴 디자인), brand image(브랜드 이미지).*

**I. 서 론**

현대의 수많은 기업과 브랜드들은 소비자의 기억에 좋은 이미지로 오랫동안 남게 하기 위해 무한 경쟁을 하고 있다. 단순히 상품구별의 수단으로 간주

되던 브랜드가 오늘날 기업 마케팅 전략의 핵심이자 중요한 기업자산가치 상승의 수단으로 평가받고 있기 때문이다. 따라서 기업은 좋은 제품의 생산과 함께 소비자의 생활양식이나 가치체계에 적합한 마케팅 전략을 세워 브랜드이미지를 생성하거나 그 이미지를 강화시키고 있다. 이는 우수한 브랜드의 명성

본 연구는 2001년도 덕성여자대학교 연구비 지원으로 이루어졌음.

은 충성스러운 소비자층을 확보하게 하는 것은 물론 안정된 수익으로 연계되어 기업의 성장수단으로 활용되기 때문이다. 특히 다양한 감각을 가진 소비자가 대상인 패션기업은 브랜드이미지의 확립이 매우 중요한 요소로 인식되고 있다. 특히 수입자유화 이후 가속화된 유명 수입패션브랜드는 높은 가격에도 불구하고 고정 소비자층을 확보하고 있으며 독자적인 브랜드마케팅 전략을 통해 브랜드이미지를 확고히 하고 있다. 이러한 유명브랜드를 보유한 기업들은 기존 브랜드의 확고한 소비자 인지도를 이용하여 로열티 수입과 신규브랜드를 설립하는 등 기존 브랜드의 경쟁우위를 전략적으로 활용하고 있다. 패션브랜드의 이미지를 형성하는 제품측면의 요소는 디자인, 소재, 칼라, 가격, 스타일 등이 있지만 이 중 소재의 중요성이 점차 강조되는 것은 세계적인 흐름이다. 특히 패션소재에 있어서 트렌드와 소비자의 변화에 빠르게 대처할 수 있는 텍스타일 패턴디자인은 브랜드이미지에 즉각적인 영향을 주게 되므로 매우 중요하게 인식되고 있다. 이는 브랜드이미지와 적합한 문양과 칼라는 의상의 이미지가 보다 효율적으로 표현되는 상승효과를 가져오기 때문이다.<sup>1)</sup> 따라서 독특한 디자인이 표현된 소재는 확고한 시각적 이미지를 전달함으로써 기존 및 확장브랜드의 이미지 연계가 가능하므로 브랜드마케팅이 중요한 국내 패션업체에 텍스타일디자인에 대한 체계적인 연구가 절대적으로 필요하다.

따라서 본 논문에서는 확고한 이미지를 구축하고 있는 이태리 패션브랜드 및 그 확장브랜드를 대상으로 각각의 브랜드에서 개발된 텍스타일 패턴디자인 유형에 대해 비교 분석하여 상호 이미지 연계방안으로써 직물디자인의 관련성을 고찰하는데 그 목적이 있다.

## II. 이론적 배경

### 1. 브랜드 확장(Brand Extension)

브랜드 확장이란, 한 제품시장에서 성공을 거둔

기존 상표명을 다른 제품 시장의 신제품에도 사용하는 것으로<sup>2)</sup>, 소비자들이 기존 브랜드에 대하여 축적하고 있는 지식, 즉 브랜드 자산(brand equity)을 효율적으로 활용하기 위한 방법이다. 이는 기존 브랜드에 대한 소비자들의 신뢰를 통해 이루어지는 것으로 기존 브랜드의 높은 인지도나 긍정적인 이미지, 강한 연상효과 등을 기반으로 하여 행해지며 브랜드 확장이 성공되기 위해서는 확장될 기존의 브랜드로부터 소비자가 연상하여 느끼는 점이 브랜드 확장을 통해 시장에 새로 도입될 신제품에 잘 전이되어야 한다.<sup>3)</sup> 따라서 브랜드 확장은 기업이 보유하고 있는 자산가치가 높은 브랜드를 이용하여 새로운 시장 제품에 붙이거나 라이선싱하여 자사의 사업영역을 확대하고자 할 때 사용되는 기업의 핵심적인 성장전략이며, 이를 효과적으로 수행한다면, 신제품 출시에 필요한 광고비 등 마케팅 커뮤니케이션 비용을 절감하면서도 막대한 비용을 투자한 경쟁브랜드들 보다 더 쉽게 시장에 진입할 수 있게 된다.<sup>4)</sup> 이는 소비자들이 브랜드 이름에서 연상하는 것들을 이용해 제품을 포지셔닝 시키거나 제품을 소비자에게 알리는 것을 보다 쉽게 할 수 있기 때문이다. 따라서 소비자에게 잘 알려진 기존의 브랜드를 신제품에 확장하여 사용하는 브랜드 확장전략은 다음과 같은 이점이 있다.

첫째, 소비자들이 기존의 상표명에 익숙해 있기 때문에 이 상표명을 이용한 신제품을 즉시 인지할 수 있다. 따라서 많은 기업들은 신제품 도입에 따른 위험을 최대한 감소시킬 목적으로 앳다투어 브랜드 확장 전략을 도입하고 있다.

둘째, 신제품을 출시할 때 소요되는 막대한 비용을 절감할 수 있다. 이때 브랜드 확장은 유통경로 개척비용을 크게 절감하고 광고비의 효율을 증대시키는 데 매우 효과적인 브랜드 전략이다.

셋째, 브랜드 확장을 이용하여 성공을 거둔 신제품은 확장의 기반이 된 원래 브랜드의 이미지를 강화하는 데 도움을 준다.

넷째, 브랜드에 대한 법적 권리를 가지고 있는 기

1) 이호정, *패션머천다이징*, (교학연구사, 2000), p. 295.

2) 안광호, 이학석, 현용진, *마케팅*, (법문사, 1994), p.238.

3) D. A. Aker, *브랜드자산의 전략적 관리*, 마케팅 커뮤니케이션 연구회, (서울: 나남, 1992), p.272.

4) 안광호, 이진용, *브랜드 파워*, (한국언론자료간행회, 1997), p.237.

업이 다른 기업들에게 브랜드확장을 할 수 있도록 허용함으로써 높은 로열티 수입을 벌어들일 수 있다.<sup>5)</sup>

이와 같은 브랜드확장은 기존 브랜드의 이미지 및 새로운 제품의 특성, 제품 시장, 소비자 등을 고려하여 실행하게 되는데 Edward M. Tauber는 그의 브랜드 확장사례에 관한 연구를 통해 일곱 가지 유형의 성공적인 브랜드 확장방법을 제시하였다.<sup>6)</sup> 그가 제시한 브랜드 확장 유형에는 다른 형태로 동일한 제품을 소개하는 유형, 기존 제품의 독특한 맛과 구성요소를 활용하는 유형, 서로 보완성 있는 제품의 확장 유형, 브랜드 로열티를 이용한 유형, 전문적 기술 및 지식을 이용한 유형, 제품의 속성 및 편익을 이용한 유형, 디자이너 이미지 및 지위를 이용한 유형 등이 있다.<sup>7)</sup>

### 2. 패션 기업의 브랜드 확장

산업화 이후 상품구별의 수단이었던 브랜드는 생산기술의 발전으로 고품질 제품의 생산이 가능해짐에 따라 제품의 질은 물론 기업의 가치관 및 이미지를 표현하게 되었다. 이는 절대가치보다는 심리적인 욕망위주의 감각적인 가치를 추구하는 경향을 가진 현대 소비자의<sup>8)</sup> 구매형태가 제품의 품질은 물론 소비자의 라이프 스타일 및 가치관과 연계되어 변화되고 있기 때문이다. 따라서 패션브랜드들은 급변하는 소비자의 욕구에 신속하게 대응할 수 있는 소비자 지향적인 사고와 발상이 필요하게 되었다. 그러나, 패션시장은 다양하고 광범위한 계층의 소비자 모두가 만족하는 제품 및 서비스를 제공한다는 것은 불가능한 일이므로 각각의 유형에 맞는 시장이 세분화되었다. 이러한 상황에서 패션기업이 사업영역을 확장하고 성장하기 위해서는 새로운 소비자층의 확보는 필수적인 요소가 되었다. 그러므로 오늘날의 패션기업은 새로운 소비자층을 대상으로 하는 시장에 성공적인 진입을 위해 이미 높은 가치가 형성된 기존의 브랜드인지도를 이용하는 적극적인 브랜드확

장전략을 활용하고 있는 것이다.

브랜드확장을 하고 있는 대표적인 브랜드로는 Giorgio Armani, Donna Karan, Gianni Versace, Calvin Klein, Ralph Loren, Prada 등을 들 수 있으며, 특히 세계적인 브랜드를 다수 보유하고 있는 이태리 패션기업의 경우 더욱 활발하게 이루어지고 있다. 이들 기업의 브랜드 확장 사례를 보면 의류는 물론 구두, 안경, 액세서리, 향수, 인테리어 용품에 이르기까지 매우 다양하다. 본 연구의 대상이 되고 있는 패션브랜드들의 확장사례를 살펴보면 <표 1>과 같다. Giorgio Armani는 Gioigio Armani, Armani Collezioni, Mani, Emporio Armani, Armani Exchange, Armani Perfumes, Armani Cosmetics, Armani Jeans, Armani Casa 등의 확장 브랜드를 보유하고 있다. Prada는 Prada, Prada Pelleteria, Prada Sports, MiuMiu 등으로 브랜드를 확장하고 있다. Dolce & Gabbana는 D&G를 비롯하여 D&G Junior 등이 있고, Anna Molinari는 Blumarine, Blugirl Blumarine Uomo, Blumarine Beachwear 등의 확장 브랜드를 보유하고 있다. 또한, Gianfranco Ferre는 Gianfranco Ferre Studio, Gianfranco Ferre Forma, Gianfranco Ferre Jeans, Gianfranco Ferre Fourrures, GFF 등이 있다.

## III. 연구방법

### 1. 연구대상

본 연구는 기존 및 확장브랜드 모두 밀라노 컬렉션에 참여하는 10개 이태리 패션브랜드를 선정하여 각각의 브랜드에 사용된 직물의 패턴디자인 유형에 대하여 분석하였다. 구체적인 대상 브랜드는 Anna Molinar와 Blumarine, Dolce & Gabbana와 D&G, Giorgio Armani와 Emporio Armani, Gian Franco Ferre'와 GFF, Prada와 MiuMiu 등이다.

### 2. 분석자료

5) 안광호, 이진용, 브랜드파워, (한국언론자료간행회, 1997), pp.240-241.

6) Edward M. Tauber. Brand Franchise Extension: New Products Benefit from Existing Brand Names, Business Horizons, vol. 47, March-April, 1981, pp.36-41.

7) 브랜드자산의 전략적 관리, D.A.Aker, 마케팅 커뮤니케이션 연구회, (서울: 나남, 1992), pp.274-275. 브랜드파워, 안광호·이진용 p.239.

8) 이호정, 패션머천다이징, (교학연구사, 2000), p.39.

〈표 1〉 연구대상 이태리 패션기업의 기존 및 확장브랜드 현황

품목유형 기존 및 확장브랜드	의류					모 피	홈 인테 리어		액세서리					화 장 품	향 수
	여성복	남성복	인너 웨어	비치 웨어	아동복		가 구	침 구	신발	가방	스카프 넥타이	안경	시계		
Dolce & Gabbana	○	○									○	○			○
Dolce&Gabbana beachwear				○											
Dolce&Gabbana underwear			○												
Dolce&Gabbana accessories									○	○	○		○		○
D & G	○	○											○	○	○
D & G beachwear				○											
D & G underwear			○												
D & G accessories									○	○	○		○		○
D & G Junior					○										
Anna Molinari	○										○	○			○
Blumarine	○										○	○			○
Blumarine beachwear				○											
Blugirl Blumarine					○										
Blumarine Uomo		○							○	○	○				
Giorgio Armani	○	○							○	○	○	○	○		○
Armani Collezioni	○	○									○				
Emporio Armani	○	○							○	○	○	○	○	○	○
Mani	○								○	○	○				
Armani Jeans	○	○							○	○			○		
A/X Armani Exchange	○	○							○	○	○				○
Armani Junior					○				○	○					
Armani Casa							○	○							
Gianfranco Ferre	○	○							○	○	○	○			○
Gianfranco Ferre Studio	○	○							○						
Gianfranco Ferre Forma	○								○						
Gianfranco Ferre Jeans	○	○							○	○			○		
GFF Gianfranco Ferre	○	○							○						
Gianfranco Ferre Fourures						○									
Gianfranco Ferre bambino					○				○	○					
Prada	○	○							○	○	○		○		
Prada Sports	○	○		○					○	○			○		
Prada Pelletteria										○					
MiuMiu	○	○		○					○	○	○	○	○		

분석자료는 97 S/S부터 2000 A/W까지 8회의 밀라노 컬렉션에 발표된 의상에 사용된 직물을 대상으로 활용하였다. 구체적인 분석자료로는 각 브랜드에서 매 시즌 개발한 프린트직물 위주로 사용되었고 선염 및 니트, 우븐직물도 시각적인 문양식별이 가능한 것에 한하여 대상에 포함되었다. 분석자료는 「Collection」과 「Collezioni」 등에 수록된 시각자료와 컬렉션 사진 제공 웹사이트인 Firstview<sup>9)</sup>에 수록된 사진자료를 사용하였다. 패턴디자인이 활용된 각 브랜드의 구체적인 분석자료량은 <표 2>와 같다. 이 표에서 시즌별 각 브랜드의 분모에 해당하는 숫자는 발표된 의상자료의 수를 의미하며, 분자에 해당하는 숫자는 해당시즌에 개발된 서로 다른 패턴디자인이 표현된 직물의 수량을 의미한다. 그러나, 서로 다른 색상의 동일디자인, 즉 칼라웨이 직물은 동일직물로 간주되었다. 또한, <표 2>에서 분석자료량이 없는 Prada의 1998 A/W컬렉션과 MiuMiu의 1998 A/W 및 1999 S/S 컬렉션에서는 패턴디자인이 표현된 직물의 사용이 없었음을 나타낸다.

### 3. 분석방법

수집된 자료는 직물의 패턴디자인을 구성하는 주요 요소인 칼라, 모티프의 종류, 모티프 표현기법, 패턴 드로잉기법과 모티프 배열형태를 분석항목으로 설정하여 분석하였다. 칼라분석에서는 각 시즌별 주로 사용된 색상군을 추출하고 색상대비, 명암대비, 한난대비, 보색대비, 유사동시대비, 채도대비 등 동일직물에 사용된 칼라배색을 중심으로 분석하였다. 모티프종류항목에서는 자연물, 인공물, 상상물, 상징물<sup>10)</sup> 등으로 모티프의 소재를 크게 구분하여 분석하였다. 또한, 모티프의 표현기법항목에서는 표현된 모티프의 형태에 따라 사실적 표현, 약화적 표현, 추상적 표현과 기하학적 표현으로 분류하여 분석하였다. 모티프의 드로잉기법에 관한 분석항목에서는 재료에 따라 모티프를 표현하는 방법이 다양하지만 회화기법, 형지(stencil)기법, 음영기법, 점묘기법, 그래픽기법, screen tone기법과 사진기법으로 분류하여<sup>11)</sup> 분

<표 2> 브랜드에 따른 시즌별 분석자료

브랜드 \ 시즌	1997		1998		1999		2000	
	SS	AW	SS	AW	SS	AW	SS	AW
Anna Molinari	13/123	10/152	5/96	6/138	5/87	6/133	17/160	8/138
Blumarine	18/121	13/119	16/126	8/146	14/102	17/133	31/127	15/131
Dolce & Gabbana	19/152	11/152	5/107	24/173	5/108	14/152	23/153	6/131
D & G	29/141	18/96	13/89	9/97	7/71	25/92	20/78	37/89
Giorgio Armani	16/154	13/151	12/97	8/178	15/91	10/181	24/244	9/156
Emporio Armani	18/113	8/88	32/103	16/129	18/104	4/115	13/137	16/128
Gianfranco Ferré	4/161	7/140	3/160	5/142	3/110	14/190	13/232	4/135
GFF	4/97	8/116	5/83	6/84	7/68	4/103	3/114	6/95
Prada	12/125	8/176	3/93	0/143	6/118	11/165	8/126	17/175
MiuMiu	5/97	14/108	3/116	0/93	0/96	2/129	2/112	8/137
합 계	138/1284	110/1298	97/1070	82/1293	80/995	107/1393	154/1483	126/1315

10) www.firstview.com, designers collection site, 1997-2000.

11) 이연순, 직물디자인, (형설출판사, 1996), p. 204.

12) 이연순, 직물디자인, (형설출판사, 1996), p. 204.

13) 이경순, 텍스타일프린트디자인, (현암사, 1996), p.115.

석하였다. 직물의 패턴디자인은 모티브의 배열방법에 의해 서로 다르게 구성되므로 모티브 배열형태항목에서는 토스트 랜덤 레이아웃(tossed random layout), 줄무늬(stripe layout), 체크무늬(check layout), 보더 프린트(border print)와 기계적 디자인(engineered design)으로 분류하여<sup>12)</sup> 분석하였다. 도출된 결과를 이용하여 기존 및 확장브랜드의 항목별 비교분석을 실시하였다.

#### IV. 결과 및 분석

##### 1. 텍스타일 패턴디자인 유형 분석

###### 1) 칼라

각 브랜드의 직물에 사용된 칼라를 분석한 결과는 <표 3>과 같다. 이 결과에 의하면 Anna Molinari는 white, red, blue 계열의 색상을 주로 사용하였으며 명도, 채도가 같은 색상을 대비시키는 색상대비, 유사 계열 색상을 대비시키는 유사동시대비의 칼라배색방법을 주로 사용한 것으로 나타났다. Blumarine은 black, red, blue 계열의 색상과 색상대비를 통한 칼라배색방법을 주로 활용하였다. Dolce & Gabbana는 black, red, green 계열의 색상을 주로 사용하였고 칼라배색은 밝고 어두운 색을 대비시키는 명암대비방법을 사용한 것으로 분석되었다. D & G는 black, red, blue 계열의 색상과 명암대비의 칼라배색방법을 주로 사용한 것으로 나타났다. Giorgio Armani는 beige, grey, black 계열의 저채도 색상을 주로 사용하였으며 유사계열색상의 대비 및 밝고 어두운 색상을 대비시키는 명암대비 칼라배색방법을 활용한 것으로 분석되었다. Emporio Armani는 grey, green, black 계열의 색상과 유사동시대비, 명암대비의 칼라배색방법을 활용한 것으로 나타났다. Gianfranco Ferré는 white, black, brown 계열의 색상과 black 및 white의 배색과 같은 명암대비방법을 주로 사용한 것으로 나타났다. GFF는 black, white를 중심으로 brown, pink 등의 칼라가 사용되었고 명암대비의 칼라배색방법을 주로 활용한 것으로 분석되었다. Prada는 white, black, purple 계열의 색상을 중심으로 명암대비의 칼라배색방법을 사용한 것으로 나타났으며 MiuMiu도 white, black, red, blue 계열의 색상과 명암대비 및 색

상대비의 칼라배색방법을 주로 활용한 것으로 분석되었다.

###### 2) 모티브의 종류

각 브랜드별 직물소재에 표현된 패턴디자인의 모티브를 자연물, 인공물, 상상물, 상징물 등으로 분류하여 분석한 결과는 <표 4>와 같다. 이 표에 따르면 Anna Molinari는 거의 매 시즌 꽃을 소재로 한 자연물의 패턴을 사용하였으며, Blumarine은 주로 꽃과 animal skin을 많이 사용하고 있는 것으로 나타났다. Dolce & Gabbana는 꽃을 비롯한 물고기, 나비, 잎, 대나무 등 다양한 소재의 자연물을 사용한 것으로 나타났으며, D & G는 꽃, 물고기, 잎, 말기 등 다양한 자연물과 함께 stripe와 같은 기하학적 상상물을 많이 사용하는 것으로 나타났다. Giorgio Armani는 꽃과 Stripe을, Emporio Armani는 꽃과 같은 자연물과 stripe, check와 같은 상상물을 주로 사용하였다. Gianfranco Ferré는 stripe과 장식오너먼트 등의 상상물을 주로 사용하였으며, GFF에서는 stripe, check와 같은 기하학적 상상물이 거의 매 시즌 사용된 것으로 나타났다. Prada는 꽃과 Stripe을, MiuMiu는 stripe, check 등의 기하학적 상상물을 주로 사용한 것으로 분석되었다.

###### 3) 모티브 배열형태

직물소재에 표현된 모티브의 배열형태를 세트레이아웃(set layout), 토스트 랜덤 레이아웃(tossed random layout), 줄무늬레이아웃(stripe layout), 체크무늬(check layout), 보더 프린트(border print)와 기계적 디자인(engineered design) 등의 배열방법으로 분류하여 분석한 결과는 <표 5>와 같다. 이 표에 의하면 Anna Molinari, Emporio Armani, MiuMiu는 모티브의 배열에 있어서 방향성이 나타나지 않는 tossed random layout을 주로 활용한 것으로 분석되었다.

Blumarine, Dolce & Gabbana, D & G, Gianfranco Ferré, GFF, Prada 등은 tossed random layout 이외에도 특정부분을 위해 디자인이 고안되는 engineered design이 사용되었다. Giorgio Armani는 tossed random layout과 아래단(border)을 중심으로 디자인되는 border print 배열방법을 주로 활용하는 것으로 나타났다.

〈표 3〉 브랜드 및 시즌별 칼라분석

시즌 브랜드	1997		1998		1999		2000	
	SS	AW	SS	AW	SS	AW	SS	AW
Anna Molinari	white, red	white, green blue	deep blue orange	black, beige pastel	blue	white, green skyblue, red	white, red pink	green, violet dark grey
	색상대비 유사동시대비	색상대비 채도대비	색상대비	유사동시대비 명암대비	유사동시대비 채도대비	색상대비 보색대비	색상대비 유사동시대비	채도대비
Bfumarine	black, red white, green, brown	black, red, pink white, blue	blue, red, black	beige, black	red, blue, violet	yellow, beige, pink	multicolor	red, violet black, brown
	채도대비 색상대비	유사동시대비	색상대비 명암대비	명암대비 유사동시대비	색상대비	유사동시대비	색상대비 명암대비	명암대비 유사동시대비
Dolce & Gabbana	beige, red, green dark brown	black, red pink	black, red green	beige, red, black, grey	black, red white	black, red yellow, green	red, green violet, pink	multi color
	명암대비 채도대비	명암대비 채도대비	명암대비 채도대비	명암대비 채도대비	명암대비 색상대비	명암대비 채도대비	색상대비 유사동시대비	채도대비 유사동시대비
D & G	blue, brown	black, red	black, red green	black, blue green	black, red, white	yellow, red black, blue green	black, red, white, pink blue	yellow, green, red, black, pink
	채도대비 유사동시대비	명암대비	명암대비 색상대비	명암대비 색상대비	명암대비	색상대비	명암대비 색상대비	유사동시대비 색상대비
Giorgio Armani	beige, brown, black	black, brown	bluegrey, greengrey	black, brown	bluegrey, red greengrey,	grey, blue white	multi color	black, white
	유사동시대비	명암대비	유사동시대비	명암대비	유사동시대비	유사동시대비 명암대비	색상대비 채도대비	명암대비 채도대비
Emporio Armani	black, white, green, beige	black, white	black, blue	black, brown, green	blue, green grey	grey, black	violet, grey, pink, green	black, red green, violet
	색상대비 명암대비	명암대비	명암대비 유사동시대비	유사동시대비	유사동시대비	유사동시대비	색상대비	명암대비 유사동시대비
Gianfranco Ferre'	multi color	black, white, red, brown	black, white	black, brown	black, yellow orca, red	black, white	black, white, grey, bluegrey	black, white brown, green
	색상대비	유사동시대비 명암대비	명암대비	유사동시대비	명암대비	명암대비 채도대비	유사동시대비 명암대비 색상대비	명암대비 채도대비
GFF	black, white, brown	black, white, brown, violet	black, white red	black, browngreen	black, white	black, white	black, white	black, beige pink
	명암대비	명암대비	명암대비	유사동시대비	명암대비	명암대비	명암대비	색상대비
Prada	violet, pink beige	black, white	black, white	패턴없음	black, white	red, green, violet	black, white, purple, red	yellow, green, brown
	유사동시대비 명암대비	명암대비	명암대비		명암대비	유사동시대비 채도대비	명암대비	유사동시대비
MiuMiu	black, white, red, blue	black, white green	black, pink creamyellow	패턴 없음	패턴 없음	white, brown	black, purple blue	black, white red, beige
	색상대비 명암대비	명암대비	명암대비			색상대비	유사동시대비 색상대비	명암대비 채도대비

〈표 4〉 브랜드 및 시즌별 패턴디자인 모티브의 종류 분석

시즌 브랜드	1997		1998		1999		2000	
	SS	AW	SS	AW	SS	AW	SS	AW
Anna Molinari	자연물	자연물	자연물	자연물 상상물	자연물	자연물	자연물 상징물	자연물 상징물
	flower	flower	flower	flower 추상	flower animalskin	flower	flower, 문자	flower, 도형
Blumarine	자연물 상징물	자연물 상상물	자연물	자연물	자연물	자연물	자연물	자연물
	animalskin, flower, 여인	animalskin, flower, stripe	flower	flower, 잎	flower	animalskin flower	animalskin flower	flower
Dolce& Gabbana	자연물	자연물	상징물	자연물	자연물	자연물	상징물, 상상물, 자연물	상징물, 자연물, 상상물
	flower, 잎	flower, 깃털 animalskin	상화	flower	flower, 계 대나무, 물고기	flower, 나비 animalskin	중세문양 stripe, dot flower	중세문양 stripe, dot flower
D & G	상상물 자연물	자연물, 상징물	상상물 자연물	자연물	자연물	상상물 자연물	자연물, 상상물, 상징물	자연물, 상징물, 상상물
	stripe flower	stripe flower	check flower	동물, 꽃	양파, 고추 토마토	check flower	꽃, 물고기, 잎, 기하학적 부채, 문자	물고기, 나비 팔기, 회화 stripe
Giorgio Armani	자연물	자연물 상상물	자연물 상상물	자연물 상상물	자연물 상상물	상상물	자연물, 상상물, 추상적	자연물, 상상물, 추상적
	flower, 깃털animalskin	flower check	flower stripe	flower 추상	flower 추상	stripe, plaid추상	stripe, plaid추상, flower	stripe 추상, flower
Emporio Armani	상상물 자연물	상상물	상상물 자연물	상상물 자연물	상상물	상상물 자연물	상상물 자연물	상상물 자연물
	flower stripe	stripe check	flower stripe	flower stripe	stripe, 추상기하학	flower stripe	stripe, check, flower	stripe, check, flower
Gianfranco Ferre'	자연물	자연물 상상물	상상물	상징물	자연물 상상물	자연물 상상물	자연물, 상징물, 상상물	상상물 상징물
	flower	flower stripe	stripe, 추상기하학	오너먼트	flower stripe	animalskin stripe, plaid	flower, stripe, 오너먼트	추상 오너먼트
GFF	상상물	상상물	상상물	상상물	상상물	상상물	상상물 자연물	상상물
	flower stripe	stripe	기하학	check	stripe	stripe	flower stripe	geometric
Prada	자연물	자연물 상상물	자연물 상상물	패턴없음	상상물	자연물 상상물	자연물 상징물	자연물 상상물
	flower 줄기, 잎	flower plaid, 추상	flower, 추상		geometric plaid	flower, 잎 geometric, stripe	animalskin 입술	flower stripe
MiuMiu	상상물 자연물	상상물	자연물	패턴없음	패턴없음	상상물	상상물	상상물
	geometric flower, 잎	geometric	동물			geometric	stripe, check	stripe, 추상, geometric



〈표 5〉 브랜드 및 시즌별 패턴디자인의 모티브 배열형태 분석

시즌 브랜드	1997		1998		1999		2000	
	SS	AW	SS	AW	SS	AW	SS	AW
Anna Molinari	tossed random	tossed random	tossed random	tossed random	tossed random	tossed random	tossed random	tossed random
Blumarine	engineered design, border print	tossed random	tossed random, border print	engineered design, border print	tossed random, engineered design	tossed random, engineered design	tossed random	tossed random
Dolce & Gabbana	tossed random	tossed random	tossed random, border print	border print, engineered design	border print, engineered design	tossed random	tossed random	tossed random, stripe & check
D & G	tossed random	tossed random	tossed random	tossed random	tossed random	tossed random, engineered design	tossed random	tossed random, engineered design
Giorgio Armani	tossed random, border print	tossed random, border print	tossed random, border print	tossed random, border print	tossed random, border print	tossed random, border print, stripe	tossed random, border print, stripe & check	tossed random, border print, stripe
Emporio Armani	tossed random	tossed random	tossed random	tossed random	tossed random, engineered design	tossed random	tossed random, border print	tossed random
Gianfranco Ferre'	tossed random	tossed random, border print	tossed random, border print	tossed random, engineered design	tossed random, engineered design	tossed random, engineered design	tossed random, engineered design	tossed random, engineered design
GFF	tossed random, engineered design	tossed random	engineered design	tossed random	tossed random, engineered design	tossed random	tossed random, engineered design	tossed random
Prada	tossed random	tossed random, engineered design	tossed random, border print	패턴없음	tossed random	tossed random	tossed random, engineered design	tossed random
MiuMiu	tossed random	tossed random	engineered design	패턴없음	패턴 없음	tossed random	tossed random, engineered design	tossed random

#### 4) 모티브 표현기법

직물소재에 표현된 모티브의 표현방법을 사실적 표현, 약화적 표현, 추상적 표현과 기하학적 표현 등으로 분류하여 분석한 결과는 〈표 6〉과 같다.

이 표에 의하면 Anna Molinari와 Blumarine은 주로 약화적 표현기법을 사용하였으며, D&G, Emporio Armani, Gianfranco Ferre, Prada는 약화적 기법과 기하학적 표현기법을 함께 사용한 것으로 나타났다. Giorgio Armani는 약화적 기법과 추상적 기법을, Dolce & Gabbana는 사실적 표현기법을 주로 사용하였으며, GFF와 MiuMiu는 기하학적 표현기법을 사용

한 것으로 분석되었다.

#### 5) 패턴 드로잉기법

분석대상 직물의 패턴디자인을 채색하기 위한 드로잉방법에 관한 것으로 회화기법, 형지(stencil)기법, 음영기법, 점묘기법, 그래픽기법, screen tone기법과 사진기법 등으로 분류하여 분석한 결과는 〈표 7〉과 같다. 이 표에 의하면 Anna Molinari, Dolce & Gabbana, Giorgio Armani, Prada 등은 공통적으로 회화기법을 사용한 것으로 분석되었다. D&G, Blumarine, Emporio Armani는 회화기법과 함께 그래픽

〈표 6〉 브랜드 및 시즌별 패턴디자인의 모티브 표현기법 분석

시즌 브랜드	1997		1998		1999		2000	
	SS	AW	SS	AW	SS	AW	SS	AW
Anna Molinari	약화적 표현	약화적 표현	약화적 표현	약화적 표현	약화적 표현	약화적 표현	약화적 표현	약화적 표현
Blumarine	기하학적, 약화적 표현	기하학적, 약화적 표현	약화적 표현	약화적 표현	사실적 기법	약화적 표현	약화적, 사실적 기법	약화적 표현
Dolce & Gabbana	사실적, 약화적 표현	사실적 표현	사실적 표현	사실적 표현	사실적 표현	사실적 표현	사실적, 약화적 표현	사실적, 약화적 표현
D & G	약화적 표현	기하학적 표현	기하학적, 약화적 표현	기하학적, 약화적 표현	약화적 표현	기하학적 표현	기하학적, 약화적 표현	기하학적, 약화적 표현
Giorgio Armani	약화적, 사실적 표현	약화적 표현	기하학적, 약화적 표현	약화적, 추상적 표현	약화적, 추상적 표현	기하학적, 추상적 표현	약화적, 추상적, 기하학적 표현	사실적, 추상적, 기하학적 표현
Emporio Armani	기하학적, 약화적 표현	기하학적 표현	기하학적, 약화적 표현	기하학적, 약화적 표현	기하학적 표현	기하학적, 약화적 표현	기하학적, 약화적 표현	기하학적, 약화적 표현
Gianfranco Ferré	사실적 표현	기하학적, 약화적 표현	기하학적 표현	기하학적, 약화적 표현	기하학적, 약화적 표현	기하학적, 약화적 표현	사실적, 기하학적 표현	기하학적 표현
GFF	기하학적 표현	기하학적 표현	기하학적 표현	기하학적 표현	기하학적 표현	기하학적 표현	기하학적 표현	기하학적 표현
Prada	기하학적, 약화적 표현	기하학적, 약화적 표현	약화적 표현	패턴 없음	기하학적 표현	기하학적, 약화적 표현	기하학적, 약화적 표현	기하학적, 약화적 표현
MiuMiu	기하학적, 약화적 표현	기하학적 표현	기하학적 표현	패턴 없음	패턴 없음	기하학적 표현	기하학적 표현	기하학적 표현

〈표 7〉 브랜드 및 시즌별 패턴디자인의 드로잉기법 분석

시즌 브랜드	1997		1998		1999		2000	
	SS	AW	SS	AW	SS	AW	SS	AW
Anna Molinari	회화기법	회화기법	형지기법	형지기법	회화기법	회화기법	회화기법, 그래픽기법	회화기법, 음영기법
Blumarine	회화기법, 그래픽기법	회화기법, 그래픽기법	회화기법, 그래픽기법	회화기법, 그래픽기법	회화기법	회화기법	회화기법, 그래픽기법	회화기법, 그래픽기법
Dolce & Gabbana	회화기법, 형지기법	회화기법	회화기법	회화기법	회화기법	회화기법, 그래픽기법	회화기법, 그래픽기법	회화기법, 스크린톤 기법
D & G	회화기법	회화기법, 그래픽기법	그래픽기법	회화기법, 그래픽기법	회화기법	그래픽기법	그래픽기법	회화기법, 그래픽기법
Giorgio Armani	회화기법	점묘법	점묘법, 그래픽기법	점묘법	회화기법	그래픽기법, 회화기법	그래픽기법, 회화기법	그래픽기법, 회화기법
Emporio Armani	회화기법, 그래픽기법	그래픽기법	그래픽기법	그래픽기법	회화기법, 그래픽기법	그래픽기법	그래픽기법	회화기법, 그래픽기법
Gianfranco Ferré	회화기법	그래픽기법, 회화기법	그래픽기법	그래픽기법, 회화기법	그래픽기법, 회화기법	그래픽기법, 회화기법	그래픽기법, 회화기법	그래픽기법
GFF	그래픽기법	그래픽기법	그래픽기법	그래픽기법	그래픽기법	그래픽기법	그래픽기법	그래픽기법
Prada	회화기법, 형지기법	회화기법	회화기법	패턴 없음	그래픽기법	회화기법, 그래픽기법	회화기법, 그래픽기법	회화기법, 그래픽기법
MiuMiu	회화기법, 그래픽기법	그래픽기법	그래픽기법	패턴 없음	패턴 없음	회화기법	그래픽기법	그래픽기법

<표 8> Anna Molinari와 Blumarine의 텍스타일 패턴디자인 개발 유형 비교

브랜드	분석항목	칼라	모티브 종류	모티브 배열형태	모티브 표현기법	패턴 드로잉기법	이미지
기존	<b>Anna Molinari</b> 	색상대비 white, red, blue	자연물(꽃)	tossed random layout	약화적 표현	회화기법	
확장	<b>Blumarine</b> 	색상대비 유사동시대비 black, red, blue	자연물 (꽃, animal skin)	tossed random layout, engineered design	약화적 표현	그래픽기법	

기법을 활용하였으며, Gianfranco Ferré, GFF, MiuMiu 등은 그래픽기법을 주로 사용한 것으로 나타났다.

각각의 기존 및 확장브랜드에 대한 분석항목별 비교 결과는 다음과 같다.

2. 기존 및 확장브랜드의 텍스타일 패턴디자인 개발 유형 비교

기존 및 확장 브랜드에서 개발된 텍스타일 패턴 디자인을 칼라, 모티프 종류, 모티프 배열형태, 모티프 표현기법 및 패턴 드로잉기법 등의 분석항목을 설정하여 각 항목의 분류 기준에 따라 분석하였으며,

1) Anna Molinari와 Blumarine

기존 브랜드인 Anna Molinari와 확장 브랜드인 Blumarine의 경우 칼라 사용에 있어서는 red 및 blue의 색상대비를, 모티프의 종류는 자연물인 꽃을 약화적인 형태로 표현하는 표현기법을 공통적으로 사용하고 있는 것으로 나타났다. 모티프 배열형태도 Anna Molinari와 Blumarine 모두 tossed random layout

<표 9> Dolce & Gabbana 및 D & G의 텍스타일 패턴디자인 개발 유형 비교

브랜드	분석항목	칼라	모티브 종류	모티브 배열형태	모티브 표현기법	패턴 드로잉기법	이미지
기존	<b>Dolce &amp; Gabbana</b> 	명암대비 black, red, green	자연물(꽃, 동물) 상징물	tossed random layout, engineered design	사실적 표현	회화기법	
확장	<b>D&amp;G</b> 	명암대비 black, red, blue	자연물(꽃, 채소, 물고기)상상물 (geometric)	tossed random layout, engineered design	약화적, 기하학적 표현	회화기법 그래픽기법	

을 주로 사용하고 있는 것으로 나타났으나 드로잉기법에서는 Anna Molinari는 회화기법을, Blumarine은 그래픽기법을 사용하고 있는 것으로 분석되었다.

**2) Dolce & Gabbana와 D & G**

〈표 9〉에 의하면 기존 브랜드인 Dolce & Gabbana와 확장 브랜드인 D & G의 경우 칼라는 black, red 계열의 색상과 명암대비, 모티브 배열형태는 tossed random layout과 engineered design을 주로 사용하고 있는 것으로 나타났다. 모티브의 종류는 꽃을 공통적으로 사용하였으나 Dolce & Gabbana의 경우 중세문양 및 성화(聖畵) 등의 상징물을 사실적으로 표현한 반면 D & G는 기하학적 상상물을 약화적으로 사용하였다. 모티브 드로잉기법에서는 Dolce & Gabbana는 회화기법을, D & G는 회화기법 이외에 그래픽기법도 함께 사용되고 있는 것으로 분석되었다.

**3) Giorgio Armani 와 Emporio Armani**



〈표 10〉에 따르면 기존 브랜드인 Giorgio Armani와 확장 브랜드인 Emporio Armani의 경우 칼라 사용에 있어서 두 브랜드 모두 beige, green, grey 계열의 유사동시대비를 사용하였으나 Emporio Armani의 경우 명암대비도 많이 사용되었다. 모티브의 종류로는 두 브랜드 모두 자연물인 꽃과 stripe과 check 등의 상상물을 공통으로 사용하는 것으로 나타났다. 모티

브 배열형태는 두 브랜드 모두 tossed random layout이 사용되었으나 Giorgio Armani의 경우 border print 배열형태도 많이 사용된 것으로 나타났다. 드로잉기법에서는 회화기법이 공통적으로 사용되었으며 Emporio Armani의 경우 그래픽기법도 사용하고 있는 것으로 분석되었다. 모티브의 표현기법은 Giorgio Armani와 Emporio Armani 모두 공통적으로 약화적 기법을 활용하였으며 전자의 경우 추상적 표현기법, 후자의 경우 기하학적 표현기법을 주로 사용하는 것으로 나타났다.



**4) Gianfranco Ferre' 와 GFF**

〈표 11〉에 따르면 기존 브랜드인 Gianfranco Ferre'와 확장 브랜드인 GFF는 black, white, brown 계열의 칼라를 주로 사용하였으며, 전자는 채도대비를 후자는 명암대비를 이용한 배색을 주로 사용하였다. 모티브의 종류는 stripe과 같은 상상물이 공통적으로 사용되었다. 모티브의 배열형태는 tossed random layout이 두 브랜드 공통으로 사용되었으나 Gianfranco Ferre'의 경우 border print 배열방법을, GFF의 경우 engineered design 배열방법을 사용하고 있는 것으로 나타났다. 또한, 모티브를 표현하는 방법으로는 두 브랜드 모두 약화적 표현기법을 주로 사용하였으나 Gianfranco Ferre'의 경우 추상적 표현기법을, GFF의 경우 기하학적 표현기법을 사용되었다. 드로잉기

〈표 10〉 Giorgio Armani 및 Emporio Armani의 텍스타일 패턴디자인 개발 유형 비교

분석항목		칼라	모티브 종류	모티브 배열형태	모티브 표현기법	패턴 드로잉기법	이미지
기 존	<b>Giorgio Armani</b> GIORGIO ARMANI	유사동시대비 beige, grey, black	자연물(꽃), 상상물(Stripe)	tossed random layout, border print	약화적, 추상적 기법	회화기법	
확 장	<b>Emporio Armani</b> EMPORIO ARMANI	명암대비, 유사동시대비 grey, green, black	자연물(꽃), 상상물 (Stripe,check)	tossed random layout	약화적, 기하학적 표현	회화기법 그래픽기법	

〈표 11〉 Gianfranco Ferre' 및 GFF의 텍스타일 패턴디자인 개발 유형 비교

브랜드	분석항목	칼라	모티브 종류	모티브 배열형태	모티브 표현기법	패턴 드로잉기법	이미지
기존	Gianfranco Ferre' GIANFRANCO FERRE	채도대비 white, black, brown	상상물-(Stripe, ornament)	tossed random layout, border print	약화적, 기하학적 표현	회화기법	
확장	GFF GFF	명암대비 black, white, brown, pink	상상물(Stripe)	tossed random layout, engineered design	기하학적 표현	그래픽기법	



범에서는 Gianfranco Ferre'는 회화기법을, GFF는 그래픽기법을 주로 사용하는 것으로 분석되었다.

5) Prada와 MiuMiu

〈표 12〉에 의하면 기존 브랜드인 Prada와 확장 브랜드인 MiuMiu는 black, white의 칼라와 명암대비에 의한 칼라배색을 주로 사용하였으며 MiuMiu는 색상 대비도 함께 활용하였다. 모티브의 종류도 두브랜드

모두 stripe과 같은 상상물이 사용되었으며, Prada의 경우 약화적 표현기법을 활용한 곳도 자주 활용하는 것으로 나타났다. 모티브 배열형태는 두 브랜드 모두 tossed random layout을 사용하였으나 Prada의 경우 engineered design 배열형태도 많이 사용하는 것으로 나타났다. 그러나 패턴 드로잉기법은 Prada의 경우 회화적 기법, MiuMiu의 경우 그래픽기법을 주로 사용하는 것으로 분석되었다.

〈표 12〉 Prada 및 MiuMiu의 텍스타일 패턴디자인 개발 유형 비교

브랜드	분석항목	칼라	모티브 종류	모티브 배열형태	모티브 표현기법	패턴 드로잉기법	이미지
기존	Prada PRADA	명암대비 white, black, purple	자연물(꽃), 상상물(Stripe)	tossed random layout, engineered design	약화적, 기하학적 표현	회화기법	
확장	MiuMiu miu miu	명암대비 색상대비 white, black, red, blue	상상물(Stripe), 기하학적문양)	tossed random layout	기하학적 표현	그래픽기법	

## V. 결 론

오늘날의 기업은 무형의 자산가치인 브랜드에 대하여 양질의 제품 및 다양한 전략을 통해 체계적인 관리를 하고 있으며, 브랜드 성공에 기반 한 브랜드 확장전략을 추진하여 기업의 성장을 도모하고 있다. 패션브랜드에 있어서도 소비자인지도 및 신뢰도가 확고한 기존의 브랜드들은 지속적으로 확장브랜드를 생성하고 있으며, 특히 선호도가 높은 외국 브랜드의 경우 그 현상이 가속화되고 있다. 본 연구에서는 확장브랜드에 전이된 기존브랜드 이미지의 관련성 고찰을 위해 직물소재에 표현된 패턴디자인의 유형을 칼라, 모티프 종류, 모티프 배열형태, 모티프 표현기법 및 패턴드로잉기법 등으로 나누어 분석하였다. 분석대상은 이태리 패션브랜드 중 기존 및 확장브랜드 모두 밀라노 컬렉션에 참가하고 있는 Anna Molinar와 Blumarine, Dolce & Gabbana와 D&G, Giorgio Armani와 Emporio Armani, Gianfranco Ferre'와 GFF, Prada와 MiuMiu의 10개 브랜드를 선정하였다. 이 브랜드들의 패턴디자인 유형을 비교한 결과 Blumarine, D&G, Emporio Armani, GFF, MiuMiu 등의 확장 브랜드 대부분이 기존 브랜드와 동일한 칼라군과 모티프의 종류, 모티프 배열형태, 모티프 표현기법을 사용하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 패턴 드로잉기법항목에서는 Blumarine과 Emporio Armani를 제외한 대부분의 확장브랜드는 기존브랜드와 다른 방법을 활용하고 있는 것으로 나타났다. 특히 이 드로잉기법에 있어서는 대부분의 기존 브랜드는 회화기법을 주로 사용한 반면 확장브랜드에서는 그래픽 기법을 주로 사용하고 있는 것으로 나타났다. 이 결과를 통하여 기존브랜드와 확장브랜드에서 사용된 칼라군과 모티프의 종류, 모티프 배열형태, 모티프 표현기법이 동일한 것을 발견할 수 있었으며 적용된 동일요소의 분석을 통하여 직물과 관련한 두 브랜드의 이미지연관성을 고찰할 수 있었다. 이는 텍스타일 패턴디자인을 이용한 직물개발이 기존브랜드와 확장브랜드의 이미지를 연계하는 일련의 방안으로 활용될 수 있음을 시사하는 것이라 할 수 있다.

그러므로 브랜드 확장이 지속적으로 행해지는 현대 사회에 있어서 기존브랜드의 이미지를 전이(轉移)시킬 수 있는 텍스타일패턴디자인의 개발은 매우

중요한 것이며 그 개발 방법 및 전략에 관한 연구가 지속적으로 이루어져야 할 것이다.

## 참고문헌

- 김정규, 박정희 (2001). *패션소재기획*, 교문사.
- 김은애 외 (2001). *패션소재기획과 정보*, 교문사.
- 김용만 (1997-8). 브랜드자산의 개념과 전략적 활용에 관한 고찰, *산업경영. 미화적 마케팅*, 한국언론자료간행회.
- 변슈미트, 알렉시시몬즈, 한상만, 최주리 편역 (1999). *미화적 마케팅*, 한국언론자료간행회.
- 손영석 (1995). 확장된 상표에 대한 소비자의 태도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구, *광고연구*, 가을호.
- 야오키 유키히로의 (1999). 21세기복스, *전략적 브랜드 관리의 이론과 실제*.
- Aker, D. A. (1992). *브랜드자산의 전략적 관리*, 마케팅 커뮤니케이션 연구회, 나남.
- 안광호, 이진용 (1997). *브랜드 파워*, 한국언론자료간행회.
- 이경순 (1994). *텍스타일프린트디자인*, 현암사.
- 이연순 (1996). *직물디자인*, 형설출판사.
- 이은옥 (2001). 이태리 패션브랜드의 브랜드 아이덴티티(Brand Identity)와 관련한 텍스타일 패턴 디자인 개발 유형에 관한 연구, *복식문화연구*, 제9권 제1호.
- 이진용 (1993). *상표확장전략에 관한 고찰*, *광고연구* 제20호.
- 이진용 (1997. 1). *공동상표전략에 관한 연구*, *서울산업대학교 논문집*.
- 이호정 (2000). *패션머천다이징*, 교학연구사.
- Tauber, Edward M. (1981). Brand Francise Extension: New Products Benefit from Existing Brand names, *Business Horizons*, vol.47, March-April.
- Batazzi, Grazietta (1987). *La Moda Italiana-Dall'antimoda allo stilismo*, Electa.
- Pompas, Renata. *Textile Design*, Hoepli, 1998
- Panuzzo Rossella e Valli Jacopo (1998). *Il Dizionario della Moda*, Zanichelli