

Quando ci si trova finalmente ammessi al cospetto di Valentino per l'intervista di rito e lui gentilmente ti invita a sedere, cedendoti la poltroncina e riservandosi un umile sgabello, lì accanto, in una sala-laboratorio del Pavillon Kléber affittato da anni in occasione delle sfilate parigine, quello che provi è soprattutto un forte desiderio di piacergli. Sbirci i tuoi appunti, sfogli le pagine del taccuino, ti chiedi se varrà la pena fargli questa o quest'altra domanda per iniziare la conversazione, lo guardi per controllare le sue reazioni e non puoi far altro che accettare il fatto che, al pari di tante altezzose giornaliste di moda, redattrici di provincia, giovani commesse di boutique, fashion victims, gran dame, principesse o segretarie, anche tu sei sedotto dal magnetismo che innegabilmente irradia chi hai di fronte. E non tanto per ciò che Valentino significa in termini di ricchezza, lusso, fama, successo e forse anche potere, ma proprio per quelli che, anche così a prima vista, possono sembrarti i tratti distintivi dell'uomo: un signore assai riservato, dai modi sommamente garbati, dal portamento e dalla camminata svelta come quella di una top model, elegante e curatissimo, senza particolari vezzi o tic nella conversazione, a parte quello di compiacersi, di tanto in tanto, sull'addolcimento delle "c" e delle "g".

E, d'altra parte, quest'uomo su cui si riversano l'ammirazione e l'adulazione del mondo intero ha attraversato da protagonista, forse senza nemmeno volerlo, trent'anni della storia del gusto e della mondanità internazionale. Alle donne più belle del mondo, da Jacqueline Bouvier Kennedy Onassis, a Farah Diba, a Marella Agnelli, a Sophia Loren, a Brooke Shields, ha offerto quel tocco in più che all'innata eleganza delle protagoniste mancava per raggiungere la perfezione. Forse nemmeno Valentino, con il suo gusto, con la sua classe, con la sua tecnica, sarebbe stato capace di trasformare una povera carbonaia in una principessa - una mutazione possibile solo nelle fiabe o sui palcoscenici di Broadway -, comunque nessuno al mondo, come lui, ha saputo dare il perfetto tocco di consistenza finale a quelle donne la cui immagine è destinata a trascolorare nel mito.

Racconta la voce pacata di Valentino: "In tutti questi anni di lavoro, ho sempre cercato di imbellire la donna, di renderla più magica, più misteriosa. Fin da bambino adoravo le donne molto belle, inseguivo l'idea di una donna elegante, sofisticata, misteriosa, glamorous, non volgare... Le grandi star del cinema che vedevo da ragazzo!... Ecco chi è per me la donna. Deve apparire con la sua eleganza. Ma l'eleganza è soprattutto la consapevolezza di un modo di muoversi, di sedere, di parlare, di vivere. Se tutto questo, poi, è anche perfezionato da un bel vestito... Be', questo è il top." E aggiunge, sorridendo: "In questo consiste il mio lavoro."

Proprio in questi mesi Valentino festeggia, con la sontuosità che gli è propria, i

trent'anni di vita del suo atelier. E, in attesa di una biografia ufficiale e autorizzata, sarà opportuno tracciare almeno le tappe salienti di questo successo: dall'incubazione degli anni in provincia all'apprendistato parigino, dall'apertura dell'atelier di via Condotti fino al successo americano degli anni settanta e alla ormai mitica sfilata del 1982 al Metropolitan Museum che lo ha consacrato, se mai ce ne fosse stato ancora bisogno, nel tempio dell'arte. Premettendo però a questo excursus una considerazione certo marginale, ma che ha non poco prostrato il "cronista non professionista di moda": la non corrispondenza di molte date, fatti, episodi. A cominciare dall'età del Maestro. Così che la sensazione generale è che forse le discordanze, gli omissis, i piccoli misteri privati, le reticenze, magari anche solo gli errori o la trasandatezza di alcuni cronisti, non si siano verificati casualmente. Ma che, nel corso degli anni, siano stati lasciati lì a confondere le acque, a dare un senso di inafferrabilità alla vita di Valentino, proteggendone da un lato la riservatezza e dandogli dall'altro quell'alone di mistero che può alimentare qualsiasi congettura, che tuttavia non si potrà mai esaurire nella verità. Come appunto succede ai miti e alle leggende della contemporaneità.

A dire il vero, un documentato e brioso tentativo sistematico sul personaggio di Valentino è stato fatto, qualche anno fa, da Marina Cosi nel volume Valentino che veste di nuovo. Una biografia dell'ex ragazzo di Voghera con il non celato obiettivo del saggio di costume. Perché anche all'ultimo cronista, al gazzettiere di provincia, nell'esaminare le rassegne stampa, le interviste, gli articoli più o meno adulatori che hanno contrassegnato la carriera di Valentino, salta immediatamente all'occhio che la storia di quest'uomo diventa storia di un'epoca, della società italiana che esce dal dopoguerra stremata, ma ancor piena di risorse e di inventiva. Storia di un vecchio mondo che finisce e che si ritira assediato dall'imminente miracolo economico, e storia dell'entrata sulla ribalta del nuovo mondo. Con la limpidezza quasi di un'equazione, la carriera di Valentino sembra proprio dimostrare come il talento, l'apprendistato, l'occhio rivolto da un lato allo chic internazionale e dall'altro ai conti di casa, abbia prodotto quel fenomeno di costume - e di impresa - che è esploso negli anni ottanta, imprimendo le firme di signori solo pochi giorni prima totalmente sconosciuti alla gran massa del pubblico sulle piastrelle dei bagni, sulle cinghie, sugli asciugamani, sui corredi, sulle tappezzerie delle automobili, sulle tazzine da caffè, sui piatti, sulle stoviglie, sui bicchieri, sulla carta igienica, sui foulard, sui fazzoletti, sui sedili degli aerei, sui portachiavi, sulle copertine dei libri, sugli zainetti e sulle cartelle per la scuola, sui diari, sui quaderni, sulle penne a sfera, sulle scenografie della Scala o dell'Arena di Verona.

Valentino Garavani nasce a Voghera nella primavera del 1932 da una famiglia di commercianti. La leggenda - ripresa fino alla nausea da ogni cronista - vuole che fin dalla più tenera età Valentino disdegni le partite di pallone e la compagnia degli amici per concentrarsi in un mondo di donne elegantissime e raffinate, che disegna già con bravura e innegabile talento, ispirandosi ai bozzetti che trova nel negozio di forniture per sarte della zia materna. Ma gli anni di Voghera risultano essere anche difficili per

una sensibilità precoce e così già diretta nel mondo dell'arte come quella del bambino Valentino. Forse, nonostante l'amore della famiglia e la tenerezza della figura materna, come il protagonista di un racconto di un altro vogherese, Alberto Arbasino, anche Valentino avrebbe potuto dire: "Nessuno si occupava di me in quella città chiusa in quell'inverno lungo, nessuno mi consigliava una qualsiasi cosa da fare. I muri e la gente mi parevano sordi come se mi respingessero."

Non si spiegherebbe altrimenti il fatto che, una volta abbandonata Voghera, Valentino non sia quasi più tornato se non per il trionfale abbraccio con la città del 10 settembre 1987, in una piazza Duomo trasformata in un'arena di cinquemila posti, con il consiglio comunale al completo, discorsi, ringraziamenti, telecamere, sfilata di modelle, vip internazionali, tutta la stampa mobilitata, anche con risvolti involontariamente comici come questo ritratto di un corrispondente milanese: "I suoi occhi sono smeraldi liquidi; i suoi capelli hanno riflessi blu come le penne dei merli; il suo viso è perennemente abbronzato. Ma se capita davanti a uno specchio, si dà un'occhiata distratta e dice: "Sono un essere umano come gli altri, niente di speciale, l'italiano tipico.""

Non si spiegherebbe una disaffezione così tenace e protratta nei decenni. Il bambino Valentino ha sognato di essere un principe. La sua preghiera è stata esaudita e, vista l'innata ritrosia del personaggio, nessuno saprà quante lacrime avrà dovuto versare per agguantare il suo sogno. Cosa c'entra Voghera con tutto ciò? Assolutamente nulla. È stata solo l'accidentale serbatoio, il nutrimento primario di un desiderio di evasione e di fuga; il bisogno di un altrove dove poter assaporare la vera vita, il mondo.

A Parigi, Valentino arriva nel gennaio del 1950. Ha abbandonato gli studi classici per concentrarsi sul disegno di moda. Per sei mesi, ha seguito a Milano un corso di figurinista; ha frequentato anche una scuola di danza. E ora, finalmente, può approdare - con il sostegno della famiglia - nella capitale del bel mondo, dove le regole del gusto e dell'eleganza sono dettate da personaggi come Christian Dior e Coco Chanel, e dove stanno affermandosi clamorosamente geniali e giovani rampanti come Balenciaga, Yves Saint-Laurent, Hubert de Givenchy, Pierre Cardin.

Di quelli che saranno gli anni dell'apprendistato, praticamente tutto il decennio degli anni cinquanta, non si sa molto. Solo che il giovane Valentino incomincia a lavorare come disegnatore nell'atelier di Jean Dessé, per poi passare da Guy Laroche. Che il suo talento inizia a manifestarsi nella predilezione di due temi stilistici: i fiori per gli stampati e il colore rosso che, nel corso degli anni, diverranno gli elementi più riconoscibili delle sue creazioni. E che la sua musa sarà la viscontessa Jacqueline de Ribes. Eppure, in questi nove o dieci anni, a seconda delle versioni, Valentino avrà amato e frequentato persone diverse; avrà conosciuto ambienti e modi di vita che la sua fantasia forse nemmeno immaginava; avrà attraversato momenti difficili o solitari; avrà avuto problemi economici, forse nostalgie dell'ambiente familiare; avrà accarezzato progetti o magari avrà subito delusioni. Ma è anche probabile che, come tutti i giovani di splendido avvenire e di grande talento, abbia sublimato la giovinezza

nel lavoro, nell'apprendimento delle tecniche dell'alta sartoria francese, nell'adeguarsi alle regole di un mondo scintillante e lussuoso, nel quale aveva sempre desiderato essere ammesso da protagonista. Discrezione e reticenza avvolgono quel periodo, ma offrono anche un tratto rilevante della personalità di Valentino: "Un tempo i creatori di moda erano dei signori molto discreti che facevano due collezioni l'anno; vivevano appartati e non sotto i riflettori come succede oggi... Erano artisti che pensavano soprattutto al loro lavoro, alla vita dell'atelier."

Forse allora il segreto di questi dieci anni parigini di Valentino va ricercato proprio nella vita dell'atelier: in questo doppio della realtà, in questa finzione che, al pari dell'arte, non appartiene alla vita di tutti i giorni ma cresce separata, con altre leggi, altri riti, altre forme. Questi sono gli anni in cui Valentino, come ogni artista, vuole vivere - prima ancora che creare - il suo sogno. Pretende di essere un personaggio del proprio mondo fantastico. Non vuole disegnare semplicemente una collezione, ma essere colui che "crea" una collezione. La distinzione è fondamentale, e non solo nei suoi risvolti psicologici, perché tradisce l'atteggiamento di base di tutta la sua carriera: porsi di fronte al lavoro come un artista di fronte al mondo delle sue creazioni: "Un creatore di moda è vicino all'arte, alla musica... Noi traiamo ispirazione dai quadri, da una scultura, da un melodramma, e trasmettiamo, riproponendola con la nostra sensibilità, un'idea, una forma visivamente bella, qualcosa di esteticamente valido..."

Il rientro in Italia, nel 1959, non è dei più favorevoli al giovane creatore di moda. Con un capitale messo insieme dal padre ha aperto un piccolo atelier in via Condotti. I rotocalchi gli dedicano interviste; molti si dimostrano incuriositi dalla sua esperienza francese, ma la cassaforte dell'alta moda ancora non si apre. L'insuccesso, forse l'unico della sua trentennale carriera, non lo scoraggia. E, soprattutto, dura poco. Nel luglio del 1960, la sua collezione autunno-inverno sfila nella Sala Bianca di Palazzo Pitti, nell'ambito delle manifestazioni organizzate dal Centro Moda di Firenze che, da qualche anno, con preveggenza, sta tentando di organizzare l'alta moda italiana, per toglierla dalla sudditanza francese e promuoverla internazionalmente come fenomeno nuovo e originale. Di quella collezione, presentata per ultima, la sera tardi, nell'afa del luglio fiorentino, non rimase un capo. E la leggenda puntualmente annota che, fino all'una di notte, i compratori rimasero nello stand a contendersi gli abiti.

Valentino entra così negli anni sessanta, il decennio in cui si affermerà internazionalmente non solo come geniale e perfetto couturier - come anche ora preferisce essere chiamato, disdegnando il più tecnico e parvenu "stilista" -, ma anche come fenomeno commerciale. E questa seconda anima del successo di Valentino è incarnata dal suo manager e amministratore, un ex studente di architettura votato alla moda, con una perenne aria da bravo ragazzo, intuitivo e geniale: Giancarlo Giammetti. Incomincia con Valentino a ventidue anni. Si occupa inizialmente di tutto: dai pacchi ai conti, alla misurazione dei tessuti. Capisce che, nonostante il successo d'immagine, come si direbbe ora, Valentino ha dei problemi con gli amministratori. E

non potrà mai occuparsi a tempo pieno dei risvolti commerciali del lavoro. Deve essere lasciato in pace a disegnare, a creare, protetto in quella che abbiamo chiamato la "vita dell'atelier". Con l'entusiasmo e la sagacia, e forse anche l'incoscienza e la temerarietà del ragazzo, Giammetti diventa il tramite fra Valentino e la struttura organizzativa e commerciale. Giorno dopo giorno, impara a risolvere i problemi che si presentano. Non ha frequentato nessun corso di business administration in una qualche università americana, né ha un'esperienza diretta del settore. Eppure dimostra intuito: sforna idee a getto continuo, contribuisce in maniera determinante alla trasformazione delle riviste di moda in contenitori pubblicitari così come le conosciamo oggi; si lancia, in anticipo su quasi tutti gli italiani, nel mercato delle licenze e in quello del prêt-à-porter per i grandi magazzini degli Stati Uniti.

Nel corso degli anni sessanta, Valentino non è più solamente il nome di un sarto di alta moda. È un marchio che si ripete su reggiseni, borse, accessori. Fra il 1967 e il 1969, viene creato il marchio Valentino, la famosa "V" che, come acutamente nota Marina Cosi, "mette in relazione la segretaria che regala un portafoglio al proprio ragazzo con l'imperatrice che sceglie un cappotto orlato di zibellino". Nasce la prima boutique Valentino. E soprattutto, nel 1968, Jacqueline ex Kennedy sposa Aristotele Onassis indossando una camicia di pizzo beige e una gonna a pieghe larghe firmate, ovviamente, Valentino. Il disegno dell'abito viene ricostruito sulla copertina di Women's Wear Daily. È la consacrazione internazionale. Nel corso degli anni settanta, a Valentino non resta che consolidare il successo, mantenere il prestigio delle sue collezioni di alta moda e, parallelamente, espandersi con il meccanismo delle licenze e il mercato degli accessori. Nascono altre linee, anche quella da uomo. E fioccano i premi e i riconoscimenti - "le incoronazioni", verrebbe da dire - in Europa e in America. E così si giunge alla sfilata kolossal del Metropolitan Museum, il 20 settembre 1982. Evento importante per la storia del nostro costume recente: su suggerimento dell'immane Giammetti, per la prima volta la Rai riprende l'avvenimento, aprendo così le porte a quella che, nel corso del decennio appena concluso, diventerà una vera e propria invasione del "fenomeno moda" in ogni campo della società italiana, da quello culturale a quello sportivo (Valentino, sia detto appunto tra parentesi, ha vestito la rappresentativa olimpionica italiana per i giochi di Los Angeles), da quello dello spettacolo a quello più strettamente commerciale e finanziario.

"Non è stato forse eccessivo l'interesse della società italiana nei riguardi della moda?" chiedo a Valentino.

"Non direi. Si è trattato di un grosso fenomeno, questo è certo, che ci ha trasformati alla stregua di grandi star del cinema: oggetti dell'immaginario. Per quanto mi riguarda, non ho perso il senso delle proporzioni. Io sono molto professionale, lavoro moltissimo, rilascio interviste, parlo in televisione: faccio ogni cosa con molta serietà perché sono consapevole che oggi tutto questo è parte del lavoro di un creatore di moda. E quando faccio qualcosa, lo voglio fare nel migliore dei modi..."

Chiedo: "Una donna che compra un capo della sua collezione di alta moda acquisterà anche le sue piastrelle per il bagno?"

Valentino sorride. E pazientemente spiega: "Deve tener conto che la massa adora pronunciare il nome che conta addirittura comprando la copia. Perché Cartier? Perché significa "potere", "ricchezza". E, se scegli una firma, tu dici a te stesso che sei un grande conoscitore, che sai scegliere. D'altra parte, è un fenomeno che è sempre esistito."

"Ha mai pensato di trasmettere la sua esperienza ad altri? A istruire degli allievi, per esempio?"

"Ah... Ci sono tanti giovani che vorrebbero venire. Forse un giorno mi ritirerò, e allora... Non vorrei sembrare troppo egoista, ma sinceramente... Non so se mi divertirebbe che qualcun altro firmasse con il mio nome... No, non ci ho mai pensato. Ma sa una cosa? Io non mi sento assolutamente vecchio."

Valentino deve tornare al lavoro preparatorio della sfilata che avverrà il giorno seguente. Una tribù di assistenti, collaboratori, fotografi, modelliste, sarte, segretarie, ricamatrici, stiratrici, venditori, responsabili della produzione, direttori delle vendite, architetti, scenografi, tecnici del suono lo attende. Le modelle girano irrequiete per le stanze del piano nobile dell'hotel Kléber, transitando fra la sala trucco e la terrazza per un caffè. Sono giovanissime, al di sopra del metro e ottanta di altezza, ovviamente bellissime anche nella trasandatezza dei loro jeans e pullover. Hanno nomi esotici come Yasmeen, Missy, Katousha, Brienne, Brinja, Coral, Aly... Quando è il loro turno si presentano dietro le quinte con indosso solo un collant arrotolato sui fianchi. Sembrano bambole, o manichini a torso nudo. Un'assistente mette le scarpe, un ragazzone appunta qualcosa al vestito, Giancarlo Gelmetti suggerisce una collana e una cintura, scegliendole da vassoi colmi di gioielli. Valentino sovrintende e discute con la sua première, Anna Venturi, gli eventuali piccoli ritocchi. Quando la modella è pronta, attacca la colonna sonora. La piccola tribù si sposta nella sala grande, davanti alla passerella. Valentino si siede al fondo del salone per controllare l'effetto generale. Consiglia alla ragazza di sorridere, di togliere gli occhiali, di spostare il busto leggermente più in avanti o di inclinarsi leggermente su un fianco. I fotografi scattano a ripetizione e, d'improvviso, in un paio di minuti, non appena Valentino dice: "Va bene così" - e i collaboratori applaudono e si complimentano e fanno apprezzamenti, sempre lo stesso identico rituale, per decine e decine di volte - tutto acquista un'accelerazione frenetica, un fru fru di tacchi, sete, gonne, capelli, scivoloni sul parquet. Gli assistenti corrono a prendere nota; i collaboratori appuntano su un grande pannello le polaroid appena scattate; altri scrivono sulle schede i numeri degli accessori usati, li imbustano, li etichettano, li catalogano, li numerano, li dispongono ordinatamente su un tavolo tra i fogli e le schede, affinché la riproposta di quell'uscita, in passerella, il giorno della sfilata, sia esattamente identica a quella che il Maestro ha appena finito di

approvare.

La modella torna così nell'altra stanza, a svestirsi fra un'interminabile fila di scarpe, pile di cappelli, vassoi di occhiali e orecchini e cinture, e scatole da cui spuntano spumeggianti foulard. È un rituale preparatorio che si ripete centocinquanta volte, una per ogni capo. La ragazza esce ora dal vestito con la stessa naturale potenza di una farfalla dalla crisalide. È un istante molto suggestivo, probabilmente anche carico di significati. Come se il compito di tutti quelli che le si affollano intorno ora - del grande sarto come del giovane assistente, del manager e del fotografo - fosse unicamente quello di aiutare la nascita, di far venire alla luce l'anima di quel sogno che il vestito ha incarnato. L'abito si accartoccia ai piedi della modella, viene raccolto dagli assistenti, e la ragazza, praticamente nuda, con un semplice passo è un'altra persona, un altro essere. Adesso gli ordini del Maestro sono raccolti dalla première, che li trasmette nella stanza attigua, dove si stira, si cuce, si imbusta e dove un ragazzo africano - o forse giamaicano - con i capelli crespi raccolti a treccine ricama gli orli con l'abilità e il distacco di un vecchio freak, seppur ingaggiato nell'alta moda.

"Poteva essere un capolavoro, Anna," commenta ironico Valentino. "Bastava dare un colpettino, così." E fa la mossa, dandosi uno schiaffetto sull'anca... Poi serio e veloce aggiunge: "Stringere due centimetri."