

Ornella Cirillo, Mario Valentino. Una storia tra moda, design e arte, Skira, 2017

Anna Paola Pascuzzi*

Pubblicato: 24 luglio 2018

L'importanza nella moda, del contributo di Mario Valentino a livello creativo, industriale e produttivo

Il nuovo libro *Mario Valentino. Una storia tra moda, design e arte*, Ed. Skira, di Ornella Cirillo, delinea l'affascinante storia imprenditoriale di uno dei nomi che può essere annoverato, a pieno titolo, tra i grandi brand del Made in Italy: Mario Valentino (1928-1991).

Questo volume permette di cogliere anche l'evoluzione del sistema calzaturiero italiano quando descrive la storia del brand, partendo dal laboratorio partenopeo, fondato ad inizio dello scorso secolo dal padre Vincenzo Valentino, distintosi per la produzione di artigiano artistico, per la casa reale e la nobiltà dell'epoca, arrivando fino ai fasti della Mario Valentino (fondata nel 1952) durante gli anni 1980.

Un excursus interessante e arricchito da riferimenti iconografici che aggiungono valore alla ricerca calzaturiera.

Durante la narrazione, si traccia da una parte la storia dell'azienda, ma i continui rimandi alla storia della moda italiana, permettono anche di «assaporare» le atmosfere e i diversi cambiamenti di stile dei vari anni considerati.

Viene messa in evidenza la grande maestria dello stilista, che nel giro di pochi decenni riuscì, con tenacia, a trasformare la sua arte in industria, inserendola nel contesto produttivo a lui più naturale: Napoli.

La capacità incontestabile dei collaboratori con cui l'imprenditore realizzò lavorazioni straordinariamente complesse in termini stilistico - manifatturieri, unite alla voglia di sperimentare nuove combinazioni, nuovi materiali e nuovi modelli, determinarono il successo in termini commerciali.

Del resto, si scopre, che l'apprendistato del giovane Mario, forte dell'esperienza diretta nel laboratorio paterno prima, si svolse successivamente presso la maison del grande Andrè Perugia, in quel di Parigi e che la

* Sapienza Università di Roma (Italy); ✉ annapaolap@footweardesigner.it

sua collaborazione con la famosissima azienda americana I.Miller aprì le porte dorate dei migliori retailer d'oltre oceano, ispirando la riorganizzazione produttiva italiana, che diventò molto più organica, mantenendo sempre l'attenzione sullo studio della forma, della calzata e sulla meticolosa messa a punto in fase di pre-produzione.

Le capacità imprenditoriali di Mario Valentino, unite alla costante ricerca dell'eccellenza qualitativa del prodotto, alla volontà di cogliere lo spirito dei tempi e alla curiosità di ricercare nuovi concetti formali e nuovi stili, si tradussero in importanti collaborazioni con stilisti di altissimo livello, tra i quali basta citare Lagerfeld, Armani, Versace e Montana.

Dall'incontro con tali personalità, le innovazioni stilistiche aziendali furono copiose: dalla reinvenzione della pelle, intessuta o plissettata, ai tacchi altissimi e dai modelli asimmetrici di Lagerfeld; dalla più sofisticata comunicazione, affidata a fotografi del calibro di Newton, alla progettazione dei negozi affidati a grandi architetti impegnati a creare spazi funzionali per veicolare il sofisticato messaggio distintivo e valoriale del brand.

Le sfide realizzative furono il leitmotiv della azienda che ampliando gli impianti produttivi e diversificando il prodotto, è stata in grado di accogliere progetti ambiziosi e mai realizzati fino ad allora.

L'impossibile era fatto realtà, all'insegna del lusso e della sperimentazione d'avanguardia.