

4 «La terra trema», Visconti, 1948  
 5 Annie Girardot in «Rocco e i suoi fratelli», Visconti, 1960  
 6 Isabella Rossellini, stile neorealista, Anni Quaranta, fotografata da Steven Meisel per la campagna pubblicitaria di Dolce e Gabbana 1989/90



iamo stilisti, non costumisti». Domenico Dolce e Stefano Gabbana mettono subito le cose in chiaro. Non sia mai che qualcuno fraintenda: fra loro e il cinema, anzi il cinema neorealista, è «solo» amore, passione, attrazione. Nonché fonte inesauribile di ispirazione. Così se a New York sono i supporter di «Costumes for Cinema from Tirelli Atelier», esposizione dei capi della sartoria romana creata per i più famosi film, al MoMi (Museum of Moving Arts) è solo perché, nella vita, ad un certo punto tutto torna. Ecco cosa.

Inaugurazione, serata, premio (agli stilisti per il «Fashion Award»; a Baz Luhrman per il «Movie Award») e installazione «Nero Sicilia» (24 look uomo e donna dall'archivio). «È che quando ci è stato chiesto di colla-



quelle immagini. Ma eravamo giovani non sapevamo chi aveva fatto quegli abiti. Quando lo scoprimmo decidemmo di commissionare a Tirelli l'abito bianco della Cardinale. Volevamo capire se eravamo sulla strada giusta. E quando arrivò ci piaceva certo, ma era così rigido e pesante! Ecco la differenza fra lo stilista e il costumista, ci siamo detti».

**Però è anche vero che il neorealismo ce lo avete nel sangue!**

«Di più è il nostro mondo. La prima musa fu la Magnani, poi la Loren: mediterranee e formose, sempre le stesse donne».

**Possibile che non siete mai stati tentati dagli abiti di scena?**

«Ce l'hanno chiesto ma il lavoro del costumista è conoscere, veramente, la storia. Noi ne siamo solo incuriositi. Comunque anche quando lavoriamo con Tornatore e Scorsese per i nostri film chiariamo subito che agli abiti ci devono pensare loro perché la moda in quelle immagini non la vogliamo vedere».

vana Torregrossa, un'amica, ci disse che il fotografo era Ferdinando Scianna. E lì nacque tutto. Lo cercammo come pazzi, all'ultimo tentativo lui rispose, salvo scoprire che quella foto non era sua ma lui era l'uomo giusto».

Stefano Gabbana: «Io poi ero attratto dal quel mondo che non conoscevo. Domenico invece mi diceva che ero pazzo a parlare di uncinetto e che lui era scappato da quelle cose e che aveva buttato via tutti i portaombrelli di ceramiche! Io adoravo. Milanese con genitori veneti, ero sempre stato infatuato dal Sud. Poi comunque mia nonna vestiva di nero e con il fazzoletto in testa. Quindi era un'immagine che conoscevo».

Domenico Dolce: «Al liceo mi ero iscritto ai cineforum e andavo a vederli tutti i film dedicati a Visconti. Ricordo che mi era innamorato di Morte a Venezia. Ma a quell'età non è che sei attratto dall'estetica, non sapevo neanche che avrei fatto questo lavoro».

**I film cult e gli abiti di conseguenza?**

«La terra trema», con gli abiti sdruccioli di Tony; «Rocco e i suoi fratelli» e le maglie di Deon, «Bellissima» con i tailleur e le sottovesti

## «Quella carrozza dell'emiro fatta con il materiale delle nostre borse»

A Varese nel quartier generale di Bertoni: «terzista» per grandi marchi, ora vince con una linea propria

**V**edere sul grande tavolo del laboratorio una piccola montagna di borse — o meglio, di «It-Bag» molto desiderate dalle clienti — di un grande marchio americano del lusso, e curiosare nella camera fianco tra le pelli pregiate richieste da un'altra grande maison — italiana, ma di proprietà francese — rasserena almeno un po' sulle sorti del made in Italy.

Perché ci troviamo tra gli artigiani e le artigiane che in una palazzina di Varese, un complesso di edifici giallo pallido — un vecchio mulino a acqua restaurato — realizzano borse destinate a finire nelle boutique dello shopping globale, da

**Bertoni**  
 A sinistra, cappelliere in pergamena; qui sotto la «Carolina Voyager soft calf»



Beverly Hills a Shanghai via Mosca: è il quartier generale di Bertoni, il marchio di valigeria e di accessori che si sta affermando con successo sempre maggiore, e che ha scelto di affiancare al lavoro per conto terzi anche delle collezioni in proprio con il marchio «Berton».

Prima quelle da uomo, poi a settembre dell'anno scorso è arrivata la donna: materiali come la pergamena, il cuoio francese e l'alligatore, in tonalità come arancione, bianco, testa di moro, blu. E con la donna, anche uno showroom milanese, in previsione delle aperture di negozi monomarca: perché Bertoni, al netto

della bravura degli artigiani che realizzano borse e valigie altrui, ha anche un'identità precisa: la struttura è quella classicissima italiana dell'azienda familiare: Doriana Vanetti è amministratore delegato e suo marito Alberto, e i figli Pietro e Gaia da poco entrati in azienda.

Il know-how storico, della valigeria, fa sì che Bertoni pro-

### Clienti esigenti

Il presidente, Alberto Vanetti, ne cura di persona, nel sultanato, la manutenzione

duca bauli e cappelliere personalizzabili per viaggiatori (Elton John, spendaccione modaiolo, è cliente affezionato della casa).

Ecco così che specialmente in Medio Oriente Bertoni ha trovato una lunga lista di clienti dai desideri molto precisi. Al punto che in Oman c'è una carrozza — proprietà di un cliente davvero abbiente e davvero appassionato di cavalli — realizzata nella stessa pelle delle valigie a Varese, da Bertoni. Con Alberto Vanetti presidente dell'azienda che periodicamente si dirige nel sultanato per la manutenzione.

**Matteo Persivale**

© RIPRODUZIONE RISERVATA