

## Diego Della Valle

Settembre 2011

Una versione più breve di questo ritratto di Diego Della Valle, visto attraverso le sue cose, firmato Marco Ferrante e Silvia Bernasconi, è uscito su First, mensile di Panorama, nel marzo 2010.

Elsa Schiaparelli dal dizionario della moda curato da Guido Vergani (Baldini&Castoldi, 1999, pag. 992): “Simbolo della più raffinata fantasia creativa, rappresenta una delle figure più importanti dello stilismo anni '30”. Fu la grande rivale di Coco Chanel, cercò di convincere le donne che il colore grigio era un rifugio dal giudizio degli altri, introdusse il tweed, i goffrati e le fibre artificiali negli abiti da sera, disegnò una mantella trasparente in rhodophane, utilizzò le cerniere di plastica come elemento decorativo, inventò profumi e il rosa shocking, chiuse il suo atelier nel 1954.

Elsa, italiana, veniva dal gran mondo, sposò William de Wendt de Kerlor, da cui ebbe una figlia, Gogo, a sua volta madre di Marisa Berenson, la bellissima lady Lyndon di Stanley Kubric. Era supermoderna e antiveggente. Nel suo dodecalogo, al punto sette, c'è un precetto ancora poco applicato dalle masse femminili contemporanee: le donne dovrebbero fare shopping da sole o in compagnia di un uomo. E al punto otto è più esplicita, mai con un'altra donna.

Per cinquant'anni Schiaparelli è stato un amore di appassionati, vintagisti ante-litteram, collezionisti, modernaristi.

Quattro anni fa il marchio è stato ceduto dagli eredi a Diego Della Valle per alcuni milioni di euro. Il rilancio durerà alcuni anni perché così è la filosofia Della Valle. Un gruppo di lavoro è all'opera sul marchio e la sede di Schiaparelli sarà su due piani del numero 21 di Place Vendome esattamente dove nel 1935 Elsa aveva trasferito l'atelier.

1

---

### Saks, quinta strada

L'inventore delle Tod's oggi è un protagonista delle cronache finanziarie e un rappresentante dell'establishment economico alla ricerca di nuovi equilibri, mentre tutt'intorno infuria la crisi globale. Da questo punto di vista la sua storia fa parte del racconto del nostro capitalismo: la seconda generazione, l'impresa calzaturiera marchigiana, il made in Italy, le esportazioni, le partecipazioni industriali.

Controlla i marchi Tod's, Hogan e Fay. È il primo azionista dei grandi magazzini americani Saks Fifth Avenue (il secondo azionista è Carlos Slim, l'uomo più ricco del mondo). Con suo fratello Andrea hanno rilevato il 40 per cento dell'industria di occhialeria Marcolin, per realizzare in casa le montature da sole Tod's e Hogan. Sono entrati con il due per cento nella Safilo della famiglia Tabacchi, secondo produttore mondiale di occhiali di alta gamma dopo Luxottica di Leonardo Del Vecchio. Ha quote in Ntv – società esordiente nell'alta velocità – in Piaggio, Bialelli, nel fondo Charme dei Montezemolo, leader mondiale dell'arredamento di design di alta gamma per la casa. Accanto al Della Valle industriale, c'è il finanziere. I primi investimenti da raider negli anni '80, le operazioni in Comit, in Bnl, poi l'ingresso in Mediobanca e nell'azionariato di Rcs – una delle camere di compensazione del sistema economico e finanziario in Italia. E poi il ruolo negli scontri di potere: si va dalle battaglie degli anni Zero, dalla partita Bnl al corpo a corpo con Berlusconi nel rapporto con Confindustria, fino ai fatti più recenti, come la battaglia per le assicurazioni Generali in cui si è schierato contro Cesare Geronzi, fino alle dimissioni del banchiere romano.

Ma l'aspetto interessante di Della Valle è che tutto questo insistito lavoro in quello che si chiama risiko – piccoli e grandi spostamenti, alleanze che si muovono, rapporti che si consolidano o si rompono – convive con una attività centrata sul suo business industriale, i suoi marchi del lusso, e con l'elaborazione costantemente aggiornata di una filosofia fatta al tempo stesso di promozione e autobiografia aziendale. Difficile dire se

sia esattamente un'ideologia del lusso, come viene accreditato dagli osservatori e dalla stampa di settore. Forse è un ragionamento sull'identità. Come dimostrano, per esempio, i 25 milioni di euro stanziati per il restauro del Colosseo in cambio dell'esclusiva sullo sfruttamento dei diritti d'immagine – prima operazione del genere in Italia.

Insomma Della Valle, pur impegnato nella battaglia del potere economico, non si è distratto. La base del successo di un imprenditore è il suo business. E nel suo caso specifico il suo business è innanzitutto un punto di vista, un metodo nella selezione di cose e simboli. E questa è una piccola storia di DDV visto attraverso le sue cose.

### **Belle Vivier**

Negli anni è stato una specie di recuperante di simboli. Prima di Schiaparelli, l'ultima operazione era stata l'acquisto e il rilancio di Roger Vivier, altra icona degli anni d'oro, inventore della zeppa e – pro-quota – del tacco a spillo, disegnò scarpe per Yves Saint Laurent e Christian Dior. Nella moda è quello che Pierre Paulin è nel design, talento anticipatore e contemporaneamente laterale. Della Valle lo rilancia con Bruno Frisoni. Il logo è una fibbia, Catherine Deneuve la porta in “Bella di Giorno”. Oggi i simboli di Vivier sono delle scarpe a mezzo tacco che si chiamano Belle Vivier, delle clutch molto sfilate e una pochette da sera, intitolata Tatartaruga. Con il budget 2010 su Vivier nel complesso sono stati investiti circa 200 milioni di euro. Sono stati aperti solo 6 negozi nel mondo (Parigi, New York, Milano, Londra, Hong Kong, Miami). Se vivete altrove niente da fare, è una scelta, aumenta il desiderio. Anche Vivier è un marchio estremamente borghese, che allude a una vita ricca, ma – dopotutto – possibile e in generale guarda a una specie di archetipo sociologico convintamente novecentesco.

In fondo è questo il marchio di fabbrica di Della Valle. Una volta ha raccontato che la questione nasce da un tipo di occhio, da quello spirito che ti spinge a cercare in un vecchio bar di paese, nella linea di un'automobile, nella hall di un albergo, un elemento che circonda uno stile. La storia di Della Valle è fatta di brand e di nomi, ma anche di storie ripescate, la Fiorentina, l'Acqua di Parma, persino le barche – da Candida a Marlin – e la rivisitazione delle driving slippers, naturalmente, le scarpe da guida con i gommini.

### **Ecco la sua Pashmi Bag**

TOD'S fu il primo dei brand di Della Valle. Si racconta che il nome, per esteso JP Tod's, lo trovò sull'elenco telefonico di Boston. In realtà fu un nome composto, pensato a tavolino, con una serie di aggiustamenti e correzioni. Doveva essere breve e facile da pronunciare in tutte le lingue. L'idea di quelle scarpe venne a DDV dalla moda per gli accessori da guida. I driving slippers li vide per la prima volta in un negozio negli Stati Uniti. Erano scarpe da automobilista, mocassino destrutturato, con suola in gomma e pallini. Sul modello della driver's shoe, tra gli anni sessanta e settanta avevano lavorato in molti, compresi un piccolo imprenditore portoghese e una piccola azienda artigianale italiana, la Car Shoe, fondata nel 1963, rilevata nel 2001 dal gruppo Prada. (Tra le due aziende italiane c'è una forte competizione, di prodotti, negozi, fans, con divertente coda web: chat che dibattono sul tema meglio Tod's o Car Shoe?, e un salomonico gruppo facebook “quelli per cui il gommino è uno stile di vita”, che equipara i due marchi e in cui un neofita al primo paio di gommini può chiedere raggiugli su i due tipi di blu Tod's dell'ultima collezione primavera/estate).

Tod's si affermò sul mercato per due ragioni. Una, tecnica. Il padre dei fratelli Della Valle, che aveva un laboratorio di produzione calzaturiera, riuscì a sviluppare un processo di fabbricazione relativamente semplice (tenuto conto dei 133 gommini e della morbidezza necessaria). La seconda, di marketing. Le scarpe cominciarono a circolare tra i trendsetter. Luca di Montezemolo, molto amico di Della Valle, regalò un paio di mocassini a Gianni Agnelli. Agnelli li metteva sotto gli abiti, perché a parte certi speciali

scarponcini non poteva mettere altro a causa del piede maciullato in un incidente. Questo innescò la moda. Un anno, verso la fine dell'estate, in una specie di controra degli ordini, Tod's si ritrovò sommersa dalle richieste. Così nacque il mito delle scarpe con i gommini e il gruppo Tod's, che oggi fattura oltre 700 milioni di euro.

La questione dello stile fu rafforzata dai testimonial. Le campagne pubblicitarie con gli attori degli anni '60, Audrey Hepburn e Steve McQueen (che poi sarebbero diventati icone pubblicitarie retroattive, in un certo senso, per molti altri marchi). Oppure, negli anni, quella con una molto sofisticata Gwyneth Paltrow, culminata in un cortometraggio solo per internet diretto da Dennis Hopper. Trama: un giornalista italiano, un po' spaesato e ovviamente pazzo di lei, la raggiunge a un party e le riporta una Pashmi Bag che lei aveva dimenticato durante un'intervista mattutina in una affollata Campo de' Fiori interrotta dai paparazzi. Oppure la campagna del 2010, "Italian touch", summa quasi idolatrata e molto stile Tatler di quello che resta della nostra buona società: da Gelasio Gaetani seduto su un bracciolo, a Sandro Chia e Marella Caracciolo nello studio romano di lui.

### Una scatola gialla

La seconda operazione di genio nel campo delle riscoperte arrivò all'inizio degli anni 90. Se Tod's alludeva allo stile dei gentlemen drivers anni Cinquanta, "Acqua di Parma" era proprio il prodotto di un altro tempo: nato nel 1916, una piccola fabbrica di essenze dove si studiavano e si provavano aromi naturali. La colonia Acqua di Parma fu il profumo di un'epoca. Piaceva a Cary Grant, David Niven, Catharine Hepburn. Dagli anni '50 cominciò a declinare. Nel 1993 Paolo Borgomanero (fondatore de la Perla), Luca di Montezemolo e Diego Della Valle la rilevano e la rilanciano. Ricetta invariata, confezione anche, scatola gialla lavorata a mano, flacone Art Deco. L'operazione funziona, ma siccome comincia a richiedere un nuovo sviluppo, nel 2001 viene venduta a Luis Vuitton Moët Hennessy, multinazionale francese del lusso, nel cui board siede Della Valle. Oggi, insieme con l'amico Montezemolo e altri soci è impegnato in un'altra operazione, l'alta velocità ferroviaria in concorrenza alle Ferrovie: la società si chiama Ntv (brand in costruzione), e punta ad applicare ai trasporti un'idea di superconfort ricollegata a una filosofia d'altri tempi ma a prezzi competitivi: treni modello Italo evoluzione del Tgv, interni di Giorgio Giugiaro, collegamenti senza interruzioni con internet e telefono, accesso multimedia, eccetera. In un certo senso, lo spirito del marchio è un elemento decisivo anche nella ricostruzione della Fiorentina (data di nascita 1926, due scudetti, 1956 e 1969, 6 Coppe Italia, 1 Supercoppa; prima squadra italiana arrivata in finale di Coppa dei Campioni nel 1957, e la prima a vincere una coppa, la Coppa delle Coppe nel 1961). In realtà, quando l'interista d'origine Diego Della Valle e suo fratello Andrea la presero nel 2002, aveva perduto il nome. Si chiamava Florentia Viola, era in bancarotta dopo la gestione di Vittorio Cecchi Gori e giocava in C2 contro squadre di provincia, dalla Sangiovese al Castel Di Sangro. Nel 2003 viene promossa in C1. I Della Valle acquistarono all'asta fallimentare l'antico marchio e il 19 maggio 2003 i viola ripresero il loro vecchio nome. Nel 2004 il ritorno in A e poi in Champions League. La Fiorentina è tutta identità in un certo senso, quella della città e quella dei tifosi o simpatizzanti del tutto imprevedibili, da Rafa Nadal a Sting. Oggi, accanto ad Andrea Agnelli e Aurelio De Laurentiis, la gestione dei Della Valle – fair play e morigeratezza – è un po' un'isola in un mondo di imprenditori calcisticamente pazzarelli e quasi sempre spendaccioni. La Fiorentina ha avuto lo stesso allenatore per cinque anni – Cesare Prandelli, oggi allenatore della nazionale – punta sui giovani e su contratti ragionevoli. I Della Valle vorrebbero creare a Firenze una cittadella sportiva con un nuovo stadio da 50mila posti, un po' come ha fatto la Juve, un centro commerciale dedicato al made in Italy, alberghi, ristoranti, un museo d'arte moderna e un parco a tema dedicato alla storia del calcio mondiale. Al momento la vicenda è bloccata dalle consuete incertezze delle amministrazioni locali coinvolte.

### Alla fonda

Nella costruzione di una dimensione imprenditoriale in cui l'imprenditore stesso – con la sua vita personale, i gusti, la mediaticità – diventa testimonial dei suoi prodotti, giocano un ruolo anche le sue cose, nel caso dei Della Valle soprattutto le barche. La storia più intrigante è quella del Marlin. Diciotto metri del 1930, costruito per Edsel Ford, figlio di Henry, il fondatore della casa automobilistica. E' un fast commuter, imbarcazione da piccola crociera di giornata, all'epoca utilizzata per la spola tra Manhattan e Long Island. Dal 1952 al 1970, è stato il motoscafo della famiglia Kennedy. Era una delle barche preferite di Jfk, le altre erano la Honey Fizz, e una bellissima Manitou. Si racconta che Jfk fosse sul Marlin quando fu deciso l'ultimatum per i missili a Cuba e quando gli fu comunicato l'avvio della costruzione del muro di Berlino. Della Valle l'ha comprata nel 1998 a un'asta da Christie's. L'offerta fu fatta un po' per caso e in busta. Ebbe notizia che l'acquisto era andato a buon fine, mentre era a colazione da Ralph Lauren. L'interno è spartano, com'era allora. Di base sta a Capri. Quando incrocia dalle parte de Li Galli o getta l'ancora davanti alla cala Stella, vi dà l'impressione che il tempo caprese si sia fermato alla pienezza di 50 anni fa. Marlin è stato il set della campagna pubblicitaria Tod's della primavera del 2010. La più recente barca della flotta è Deva - già Te Vega - di proprietà di Andrea. E' uno schooner di 45 metri, disegnata da Cox & Stevens e costruita nei cantieri tedeschi Krupp di Kiel nel 1930, con il nome Etak per l'americano Walter Ladd. Durante la seconda guerra mondiale venne requisita dalla marina militare americana e, con base a San Diego in California, utilizzata per i bollettini meteorologici con il nome di Uss Juniata. Finita la guerra, fu ribattezzata Te Vega (espressione polinesiana di ammirazione) e impiegata nei charter di lusso in Polinesia, alle Hawaii, e nei Caraibi. Nel 1995 fu comprata da Calisto Tanzi e nel 2006 da Andrea Della Valle. La più bella delle barche Della Valle è stata Candida, la prima. Un J-Class del 1929, progettato da Charles Nicholson e costruito nei cantieri Camper & Nicholson di Gosport nell'Hampshire. Lunghezza 38,80, pescaggio 4,9 metri. Ha gareggiato nelle competizioni del circuito delle big class per tutti gli anni Trenta e ha partecipato alla fase di preparazione della quinta sfida (perduta come le precedenti) di sir Thomas Lipton per la Coppa America con Shamrock V nel 1930. E' uno dei pochi J-Class superstiti, insieme ad Astra, Shamrock V, Velsheda, Endeavour e Cambria (quest'ultima non ha mai fatto la Coppa), ed è l'ultima rimasta con l'albero e il boma in legno originali. Dopo Herman Andrae, appartenne a Fred Milburn, Mrs Trenan, André Nevi. Nel 1956 fu comprata da Attilio Monti, l'editore, che la tenne per quarant'anni. I Della Valle la comprarono da un armatore tedesco. Per molti anni è stata di base a Capri, dove Diego Della Valle ha una casa, Materita, dalla parte di Anacapri. Materita è un altro simbolo, uno dei tanti della capritudine. Il medico svedese Axel Munthe la abitò per trentacinque anni, e nella torre di Materita scrisse il suo bestseller, "La storia di San Michele". La bellissima linea di Candida negli anni era stata una specie di elemento del panorama caprese, la mattina agli arrivi degli aliscafi a ridosso del molo davanti al porto, o la sera – certe volte – alla fonda a Marina Piccola. Adesso è stata venduta a un armatore greco. Al suo posto, la mattina, chi sbarca sull'isola, troverà a dritta, davanti a Palazzo a Mare, la nuova imbarcazione di Della Valle, una ex navetta oceanografica di fabbricazione olandese per la marina tedesca, l'Altair, 64 metri, sei metri di pescaggio, fatta per gli ancoraggi in rada. Dopo molti anni di dominazione del bianco assoluto o del blu, con il suo scafo color piombo ha anticipato una tendenza nautica fatta di murate grigie. In questo caso anche Elsa Schiaparelli avrebbe approvato.