

Un esauriente volume di Ornella Cirillo su una storia tutt'altro che secondaria Vestivamo alla napoletana: la moda Belle Èpoque

di **Anna Marchitelli**

Da via Chiaia a Toledo, da via Medina al corso Umberto, Napoli è tutta un pullulare di atelier di modiste, rivenditori di «Mode e novità» e grandi sartorie-negozio. Nei laboratori operosi si affollano manichini, tavoli per la stiratura, sedie e ripiani di fortuna, mentre centinaia di giovinette sono a lavoro per confezionare sia capi pronti che capi personalizzati per i ceti più elevati.

Siamo tra la fine dell'Ottocento e l'inizio del Novecento e la frenesia del vestire bene delle donne napoletane si intreccia con lo sviluppo urbanistico e architettonico della città generando non poche novità, a iniziare dall'esibizione dell'abbigliamento (con tanto di cappelli, ombrelli, ventagli e guanti) nelle stazioni, teatri, gallerie, ville pubbliche.

A indagare questo «nuovo

rapporto tra acquirente, contesto urbano e merce (non più nascosta dietro il bancone ma visibile sul fronte stradale) e ad affrontare il fenomeno-moda, dalla Napoli post-borbonica fino al «miracolo economico», è Ornella Cirillo, docente di Storia dell'architettura all'Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli, con il volume *Città e Moda. Luoghi e protagonisti a Napoli tra fine '800 e metà '900*, edito da Art'è. che viene presentato oggi, alle 16.30, nella sala degli affreschi del chiostro di Sant'Andrea delle dame. Con l'autrice intervengono Ornella Zerlenga, Patrizia Ranzo, Alessandra Cirafici, Fabio Mangone, Alessandra Vaccari, Alessandro Castagnaro.

Una narrazione critica molto dettagliata e un ricco corredo di immagini, documenti, fotografie riproducono, attraverso il corposo volume, un vero e proprio film godibile anche dal

lettore non specializzato.

La rivoluzione nel settore moda, a Napoli, inizia quando astuti imprenditori stranieri aprono nella Galleria Umberto una filiale del magazzino parigino «La Ville de Lyon» (1860): abbigliamento su misura, tessuti e materiali per il cucito e il

ricamo per le donne. Anche gli englishmen napoletani vengono accontentati da sarti abilissimi che coniugano grazia fran-

cese e gusto inglese, come Luigi Plassenele, sartore di Sua Maestà, con sede nel Palazzo Reale, «Mackenzie» a largo Cappella Vecchia e l'atelier di Adolfo De Nicola a piazza Vittoria che annovera tra i clienti Gabriele D'Annunzio.

«I negozi di abiti confezionati consentono alle classi subalterne di gareggiare con quelle superiori - scrive Cirillo - è il trionfo delle apparenze e dell'accumulazione. Vince il meglio vestito, il più mondan». In aggiunta, tutto diventa veloce e le distanze si accorciano, nasce così l'esigenza di avere un abito subito, di entrare in un negozio per uscirne vestiti da capo a piedi (spendendo molto meno rispetto al sarto che per consegnare un vestito avrebbe impiegato un mese). I più innovativi in tal senso sono i «Magazzini italiani» dei fratelli Mel verso piazza Municipio e della famiglia Miccio al Chiatamone. Questi grandi empori

hanno prezzi modesti e il «massimo buon mercato», pubblicizzano i cataloghi di vendita per raggiungere chiunque e l'ingresso è libero, senza obbligo di spesa.

Alle soglie del Novecento, mentre Napoli vive le sue (note) contraddizioni - «depressione economica, malcontento delle classi dirigenti e fervore artistico» - arriva il Salone Margherita, il primo café-chantant d'Italia che fa esibire donne con gambe scoperte. Tuttavia il luogo preferito dalle eleganti signore, fino alla prima guerra mondiale, resta il lungomare: le donne sgambettano con esili stivaletti neri e indossano cappelli con fiori, velette e piume, mentre gli uomini hanno guanti in pelle alle mani, cilindri neri sulla testa, indossano la finanziaria e cappotti leggeri. Si passeggia, si fa sport, si viaggia, la vita si sposta all'aperto e le signore iniziano a usare le giacche di tipo mascolino, i cosiddetti «abiti tailleur».

Nel corso del Novecento, poi, inizia l'avventura imprenditoriale dei Marinella alla riviera di Chiaia, della gioielleria Knight in piazza de' Martiri, e de «La Rinascente» in via Toledo, il cui nome viene scelto da D'Annunzio, che propone uno standard qualitativo più alto e l'immagine del focolare domestico dove «la donna può essere regina tra le cose belle». Sulla scia dei magazzini con prezzi commisurati al tenore di vita del cittadino medio di tutta Italia, nascono anche Upim e Standa (1928 e 1931). Nel secondo dopoguerra, invece, esplodono eccellenze napoletane quali Fausto Sarli, Mario Valentino e Livio de Simone, mentre «La Rinascente», colpita da un bombardamento, viene ricostruita e presentata ai napoletani con un manifesto che accosta il magazzino a un attraente Pulcinella. Testimonianza simbolica del profondo intreccio tra città e moda che ha da sempre contraddistinto il «made in Naples» e che le ha permesso di guadagnarsi il suo personalissimo posto all'interno della geografia della moda italiana.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

