

Interviste

**Valerie Steele,
Fashion Institute
New York: l'Italia
maestra di stile**

Vacirca a pag. 21

L'intervista Valerie Steele

Valerie Steele, direttrice del Fashion Institute of Technology di New York: «Lo stile che vediamo sfilare sulle passerelle è lo specchio di un'epoca, non solo il segno di un'impresa commerciale. L'Italia ha bisogno di istituzioni come la nostra»

«Custodite i vestiti nei musei, sono arte»

Valerie Steele è la prova vivente che essere esperti di qualcosa non equivale a annoiare a morte l'uditorio. Raffinata storica della moda, curatrice e, dal 2003, direttrice del Museo del Fashion Institute of Technology di New York, prestigiosa scuola di moda americana fondata nel 1944, Valerie Steele è nata nel 1955 a Boston e ha curato più di venti mostre di moda negli ultimi vent'anni, tra cui una sul colore rosa, in cui mostra come il rosa non sia un colore da femminucce.

L'ultima, dal titolo "Parigi, capitale della moda", in corso a New York, si chiede com'è che Parigi sia diventata la capitale globale della moda. Valerie Steele si trova a Roma ospite d'onore di Fashion Colloquia: Disrupting Fashion, uno degli incontri internazionali più prestigiosi per la comunità accademica e che, quest'anno, grazie alla volontà di Accademia Costume & Moda e, in particolare, di Barbara Trebitsch, direttrice dei programmi accademici, si è tenuto a settembre al Museo MAXXI di Roma.

Valerie, lei è direttrice di uno dei musei della moda più importanti del mondo. Ma un museo della moda non è un po' una contraddizione?

«No, ci sono musei d'arte e artisti viventi ma l'arte ha anche una storia. Penso che per la moda valga esattamente la stessa cosa. La moda è l'abito di un'epoca, inclu-

sa la nostra».

Come progetta un programma di moda al museo e quante mostre organizzate ogni anno?

«Con la mia squadra organizzo quattro mostre di moda principali all'anno, più due con gli studenti. Inoltre, il mio staff aiuta professori e studenti a organizzare altre dodici mostre nel campus della scuola».

Pensa che l'Italia abbia bisogno di un museo della moda?

«Assolutamente sì. Potrebbe essere costruito da una rete di piccoli musei della moda privati. Ma avrebbe bisogno di una sede, una "Kunsthalle", idealmente un museo o una collezione a sé, e di curatori indipendenti che possano prendere in prestito da altri network di musei e mostrare la moda in questo luogo».

La moda sta influenzando il ruolo dei musei come istituzioni culturali?

«Penso di sì. È difficile da dire perché le opinioni sull'estetizzazione dei musei tendono a essere esclusivamente, o soprattutto, negative. Un po' della trivialità e delle tendenze del mondo della moda sono passati anche all'arte. È vero che la moda è un'impresa fortemente commerciale ma non è solo un'impresa commerciale, e aspira a essere qualcosa d'altro. Ecco perché l'idea di un museo d'arte sembra essere più "pura" di quella di un museo della moda».

A proposito della mostra "Parigi, capitale della moda", possiamo dire che Parigi sia la capitale incontrastata della moda globale?

«Ci sono quattro importanti capitali della moda: Parigi, Milano, New York e Londra. Ma penso quasi tutti siano d'accordo sul fatto che Parigi sia la più prestigiosa e la più competitiva. Quando i designer diventano famosi nel paese d'origine spesso finiscono a Parigi. E molte aziende italiane sfilano alla Settimana della Moda di Parigi perché lì c'è il pubblico più ampio e importante di intermediari, buyer o giornalisti internazionali».

Dal suo punto di vista di americana, dov'è la moda italiana sulla mappa globale?

«Quello cui assistiamo adesso è un fiorire incredibile di case di moda e designer italiani specifici. Pierpaolo Piccioli da Valentino, Gucci con Alessandro Michele, Maria Grazia Chiuri da Dior, Riccardo Tisci dall'inglese Burberry. Quindi, la moda italiana è in un posto molto buono. La Settimana della Moda di Milano invece è in un posto meno buono rispetto al passato. Ma penso che i parigini abbiano sempre temuto Milano molto più che New York o Londra. Milano è la sfida più pericolosa a Parigi nel settore della moda di lusso. Che non è male».

Oggi la moda si vende come lusso ma la maggior parte dei profitti viene dagli accessori e dai

profumi.

«Il lusso gioca un ruolo sempre più importante perché la moda si sta polarizzando tra lusso e fast fashion. I designer indipendenti e tutto quello che c'è nel mezzo sono schiacciati da conglomerati del lusso come Lvmh e giganti del fast fashion come H&M. Anche

l'Italia ha gruppi e case del lusso, alcune delle quali non sono state comprate dai francesi. Il problema di mantenere quel prestigio è che sono girate un bel po' di menzogne in Italia, e tutti lo sanno. Prodotti che si dice siano fatti in Italia in realtà sono fatti in Cina o

da immigrati che vivono in povertà in Italia. Questo problema dev'essere risolto se si vuole riconquistare la fiducia nell'eccellenza italiana. Perché Hermès l'ha mantenuta, ma gli italiani l'hanno persa».

Silvia Vacirca

© RIPRODUZIONE RISERVATA



SONO QUATTRO LE CAPITALI DEL DESIGN DELL'ABITO: PARIGI, MILANO, NEW YORK E LONDRA



STIAMO ASSISTENDO A UN FIORIRE INCREDIBILE DI STRAORDINARIE CASE DI MODA DEL VOSTRO PAESE



A destra, scarpe da sera disegnate dal francese André Perugia morto nel 1977



A sinistra, cappa da sera di Chanel al museo del Fashion Institute of Technology di New York. Accanto, abito da sera Agnès Drecroll



A sinistra, uno degli abiti icona di Jean Paul Gautier indossato da Madonna

A destra, Valerie Steele, 64 anni, storica della moda

