

STEFANO RICCI: IL LUSO PER L'ARTE E L'ARTE NEL LUSO

In occasione della Biennale del Disegno di Rimini, il 21 maggio presso il Museo della Città si è tenuto un seminario sulla maison [Stefano Ricci](#) a cura di Gianluca Lo Vetro. “*Non amo parlare di lusso, preferisco parlare di emozioni*”: è così che Filippo Ricci, tra una battuta e l'altra, ha spiegato come l'obiettivo primario della sua impresa sia rendere felici le persone in continua ricerca di sapere e di arricchimento culturale. Del resto, riferendosi a una casa di moda che ha fatto del mecenatismo il suo fiore all'occhiello, strizzando costantemente l'occhio all'arte, sarebbe impossibile non parlare di cultura.

Ma per capire ancor più a fondo la filosofia dell'azienda, occorre conoscere le solide fondamenta su cui essa poggia: un amore sconfinato per la propria città natale, Firenze. Il marchio, infatti, va altamente fiero del suo essere made in Italy – o meglio, made in Tuscany – dimostrandolo nei vari progetti sostenuti nel corso degli anni e presentati oggi attraverso una serie di video online in grado di ricreare ambientazioni ai limiti del fiabesco. Dalla ristrutturazione dell'[Antico Setificio Fiorentino](#) all'arredamento di un enorme yacht dalla surreale atmosfera rinascimentale, la maison non dimentica le proprie radici, dove i disegni storici risalenti al XVIII secolo fanno da padroni. La digitalizzazione di codici medievali delle corporazioni fiorentine dell'Arte della Seta, della Lana e dei Lineaioli è solo uno tra i tanti esempi d'intervento che il luxury brand ha investito e realizzato per la propria città, ai quali si aggiungerà il 16 giugno l'inaugurazione di un nuovo sistema di illuminazione per il famoso scorcio da cartolina con protagonista il Ponte Vecchio. Per comprendere quanto sia inscindibile il legame tra il marchio di alta sartoria e il mondo dell'arte, basterebbe osservare come anche i più piccoli particolari non vengano mai lasciati al caso: manichini a forma di armatura, costruiti appositamente a Cinecittà, occhieggiano dalle vetrine in tutta la loro possanza, trasformando il dettaglio in un “prodotto emozionale”.

La punta di diamante del seminario è stata, però, la presentazione di quelli che, sotto le mentite spoglie di *lookbook*, divengono veri e propri libri da collezione. Prendendo come modello d'ispirazione un diverso artista per ogni stagione, Stefano Ricci produce capi dalle fattezze identiche a quelle degli abiti raffigurati nelle opere scelte ad esempio, appoggiandosi poi alla bravura dei fotografi nel creare paralleli tra moda e disegno. Pertanto, attraverso il suo lavoro, famoso oggi in tutto il mondo, il grande marchio italiano trasmette un forte messaggio di orgoglio e appartenenza nazionale, proprio in un'epoca in cui si inneggia all'Italia solo durante i mondiali di calcio.

Giorgia Turco – studente – Culture e Tecniche della Moda