

«Voglio che la gente si innamori ancora di Gucci»: Sabato De Sarno parla del suo debutto alla guida

In attesa della sua prima sfilata per Gucci, abbiamo parlato con il nuovo direttore creativo del brand. Che insiste sul concetto di italianità. E su una parola chiave: ancora «Gucci è un marchio molto italiano, con un enorme patrimonio, ma credo sia qualcosa che abbiamo perso. E io voglio recuperarlo», dice Sabato De Sarno in questa intervista esclusiva rilasciata prima del suo debutto come nuovo direttore creativo del brand. Sabato De Sarno è seduto su una delle quattro poltrone Le Bambole di Mario Bellini nel suo ufficio romano, con il suo bassotto Luce accomodato sulle ginocchia. È trascorso «un mese e dieci giorni» da quando ha assunto la direzione creativa di Gucci, il marchio di Kering da 10 miliardi di dollari. Il piccolo quadrupede si è già ambientato nella sede di Palazzo Mancini-Salviati, risalente al XVII secolo, ma De Sarno, un ragazzo di 40 anni dalla natura sensibile e riflessiva, sta ancora tastando il terreno, facendo conoscenza con i vari team, eseguendo test sui prodotti e rilasciando interviste introduttive come questa. Che inizia con una storia personale riguardante un primo acquisto di moda. Leggete anche: Sabato De Sarno è il nuovo direttore creativo di Gucci «Ho preso il treno per Roma, era la mia prima volta in un negozio di lusso», racconta il giorno di luglio in cui lo abbiamo incontrato. «La cosa che più mi ha sorpreso, ricordo, è stato vedere le persone in coda fuori. Credo di essermi sentito come mio nipote quando lui e io andiamo a Disney. È stato emozionante. Quando è arrivato il mio turno di entrare, ho acquistato una giacca di Tom Ford. Di velluto, rosso intenso, con il colletto nero. Per comprarla, avevo venduto la collana che mi avevano regalato i miei genitori. Loro non lo sanno». Oggi indossa una mise composta da T-shirt e jeans neri e Converse All-Star bianche, ma possiede ancora la giacca di Gucci. «Ora mi è diventata piccola», dice. «All'epoca ero solo un ragazzo, ma ce l'ho ancora, perché mi piace». Diplomato all'Istituto Secoli di Milano, un curriculum con esperienze da Prada e da Dolce & Gabbana prima di un decennio di carriera presso Valentino, De Sarno è nell'industria della moda da 20 anni, ma prima di Gucci ha sempre lavorato dietro le quinte, dove si trovava, peraltro, del tutto a proprio agio. «Questo momento rappresenta qualcosa di decisamente nuovo per me», dice. «Sono un sognatore, ma, onestamente, non avrei mai sognato qualcosa del genere». Quando ha comprato la giacca di Tom Ford, De Sarno sapeva già di voler diventare uno stilista. «Sono cresciuto in un piccolo paese del Sud, Cicciano, vicino a Napoli», racconta. «Ed ero molto interessato a ciò che la gente indossava per strada, perché è il primo modo in cui comunichi agli altri chi sei. È stato allora che ho iniziato a pensare di creare abiti, perché è un lavoro attraverso il quale aiuti le persone a essere se stesse». Incoraggiare i membri del suo team a essere loro stessi è stato uno dei suoi primi compiti una volta approdato da Gucci. «Ho chiamato tutti nel mio ufficio e ho detto: So di essere il vostro direttore creativo, ma io sono Sabato e, appena venti giorni fa, ero ancora al vostro posto, quindi so cosa state pensando e perché non dite nulla. Mi rendo conto che avete paura, perché molte cose stanno per cambiare e vi sentite parte del passato di Gucci. Ma ora siete qui e, se lo siete, è perché siete la mia squadra e ho bisogno della vostra opinione». Quando abbiamo incontrato De Sarno, a luglio, i suoi alleati più stretti sembravano essere Remo Macco, un veterano di Gucci che l'anno scorso è stato nominato direttore del design dello studio, e il direttore artistico Riccardo Zanola, con cui lo stilista ha lavorato in precedenza da Valentino. Da Valentino, De Sarno si è guadagnato la fiducia di Pierpaolo Piccioli nell'arco di 14 anni, passando da responsabile della maglieria uomo e donna (incarico ottenuto nel 2009) a braccio destro del direttore creativo. La festa di addio che Piccioli ha organizzato per lui alla fine di aprile, dove tutti indossavano magliette con la scritta I ? SdS, ha fatto il giro dei social media. La moda non è abituata a tali pubbliche manifestazioni di affetto. Del suo ex capo, De Sarno dice: «Non siamo simili, ma abbiamo molte cose in comune e pensiamo allo stesso modo. Per me, questo è importante: non riesco rimanere in un posto dove non sento di poter essere me stesso, perché, da adolescente, ho vissuto troppo a lungo senza essere me stesso». Racconta di essersi dichiarato gay solo quando ha lasciato casa per andare a scuola a Milano. La città lombarda è stata il primo posto in cui si è «sentito libero». Quando, a gennaio, Kering ha annunciato la sua nomina, Marco Bizzarri, l'allora amministratore delegato della società, ha dichiarato che De Sarno era stato assunto per «scrivere il prossimo capitolo di Gucci, rafforzando l'autorevolezza della casa di moda e capitalizzando il suo ricco patrimonio». La parola che lo stilista usa per definire la sua idea di Gucci è italianità. Gucci, dice, «è un marchio molto italiano, con un enorme patrimonio. Italiano nell'artigianato, italiano nel gusto, e credo che questo sia qualcosa che abbiamo perso. Io voglio recuperarlo. L'italianità fa sicuramente parte della mia storia». Alcuni designer sono degli



artisti, altri dei tecnici: De Sarno appartiene con orgoglio a quest'ultima categoria . Ha scelto l'Istituto Secoli (allora chiamato Istituto Carlo Secoli) proprio perché offriva la formazione più tecnica. «Nelle altre scuole, quello che ti chiedevano era trovare l'ispirazione per un moodboard. Io, invece, volevo una scuola che mi permettesse di acquisire delle competenze». Da Prada, uno stage è sfociato in un impiego a tempo pieno, che lo ha portato a lavorare nell'ufficio della modellista Delia Coccia, trasformando gli schizzi 2D in capi 3D. «Era una creatrice di cappotti, ed è per questo che oggi la mia passione sono proprio i capispalla. Li colleziono perché lei era la migliore a Prada». Se eccentrico è l'aggettivo che gli osservatori di Gucci hanno scelto sotto il precedente direttore creativo, Alessandro Michele, essenziale sembra essere più adatto alla versione della maison nell'era De Sarno. Il suo debutto in Gucci si aprirà probabilmente con un cappotto , minimale nel taglio e nella costruzione, realizzato in lana croccante, con il nastro in gros grain a righe che, marchio di fabbrica della maison, orna lo spacco sul retro, una firma discreta ma inconfondibile. «Sono partito dal guardaroba, perché sentivo l'urgenza di mettere insieme i pezzi che mi piacciono e che non trovo», dice. « Sì, si vedono molti cappotti in giro per il mondo, ma questo è il mio cappotto, la mia forma, il mio tessuto, il mio dettaglio ». Nel complesso, la silhouette che domina la collezione, in linea con quanto visto questa stagione a New York e Londra, è corta ma a gamba lunga. I minidress di De Sarno sono dotati di pantaloncini incorporati che spuntano da sotto gli orli delle gonne. «Crea sicurezza», dice. La classica borsa Jackie tornerà in auge, ma in una pelle più morbida, «per renderla più quotidiana», così come la Bamboo. Leggete anche: Le borse Gucci più famose e la loro storia, dall'iconica Jackie al nuovo modello Diana In deroga a quanto si è visto nel recente passato, la sfilata di Gucci di questa stagione non si svolgerà presso il Gucci Hub, la tentacolare sede alla periferia di Milano inaugurata nel 2016. De Sarno ha invece scelto le strade che circondano l'Accademia di Brera, storica università di belle arti, dove lo stilista immagina che la gente si affolli sui balconi per osservare il passaggio delle modelle; le melodie di Mark Ronson, direttore musicale della sfilata, nonché autore della colonna sonora di Barbie , potrebbero persino farla ballare. L'arte ha un ruolo importante nella vita di De Sarno. Visitare le gallerie è uno dei modi in cui lui e il marito Daniele, che è avvocato e vive a Bruxelles, trascorrono i fine settimana, ma De Sarno ha iniziato a collezionare opere prima che si conoscessero, quando era ancora «molto giovane». Si orienta verso lavori «con le parole, lavori che fanno pensare», come dice lui. L'opera dietro la sua scrivania, che recita Everything is great / Everything is shit / Everything is boring / Everything is alright / Everything is fucked / Everything is sexy / Everything is dull , è di un artista emergente di Chicago, Eric Stefanski, ma De Sarno fa anche il nome di Lucio Fontana, «non per i suoi colori o le sue tele tagliate, ma per le note personali che scriveva sul retro». Se facesse come Fontana e aggiungesse delle parole sulla fodera del cappotto che apre la sua sfilata di debutto, quali sarebbero? «Lo voglio. Lo desidero», risponde. «Voglio che la gente si innamori ancora di Gucci. Ecco perché uso la parola ancora" per la mia sfilata» . Questa parola figura all'interno di una cornice appesa alla parete accanto alla scrivania di De Sarno. Se l'è anche fatta tatuare sul braccio sinistro dopo aver ottenuto il lavoro da Gucci (sul destro c'è una calla del pittore statunitense Ellsworth Kelly che risale a quando aveva 18 anni). «"Ancora" vuol dire molte cose», spiega. «Significa di nuovo, ma è anche più personale: non è qualcosa che hai perso, è qualcosa che hai ancora, ma ne vuoi di più perché ti rende felice». De Sarno ha fatto la felicità di internet quando, il 5 agosto, ha diffuso su Instagram la prima immagine della campagna dedicata ai gioielli, di cui era protagonista Daria Werbowy. La Werbowy ha dominato le passerelle nel primo decennio del nuovo millennio prima di abbandonare la carriera di modella nel 2013, ma è tornata sulla scena per il suo amico di lunga data Sabato. I due si sono incontrati vent'anni fa, quando De Sarno si stava facendo le ossa da Prada. «Daria, abbiamo iniziato insieme questo mestiere nel 2003, ed eccoti qui con me all'inizio di questa nuova avventura», ha scritto nel post Instagram contenente l'immagine, in cui lei indossa uno slip da bagno nero con doppie G intrecciate sui fianchi e orecchini a cerchio d'oro della collezione di alta gioielleria del brand. Nelle sue stories, De Sarno ha postato un'istantanea di due decenni fa che lo ritrae insieme a Werbowy, con i folli riccioli di lui e le sopracciglia schiarite di lei a evidenziare il tempo trascorso. Leggete anche: She's back! Daria Werbowy è il volto della prima campagna Gucci di Sabato De Sarno Per la sfilata di venerdì 22 settembre, durante la Milano Fashion Week, De Sarno e il suo direttore del casting Piergiorgio Del Moro puntano su volti nuovi. «Mi piacerebbe avere persone sconosciute in passerella», dice lo stilista. «Voglio mostrare un'estetica e, se faccio sfilare persone famose, si vedono solo loro. Non sono sicuro che mi aiuterebbero a raccontare la storia che voglio raccontare». De Sarno sa che Gucci è «un microfono per dire cose», e una di quelle di cui parla con maggiore insistenza sono i giovani talenti. In concomitanza con il suo debutto in passerella, Gucci sponsorizza una mostra di quattro giovani artisti milanesi allestita non lontano dalla sede dell'Accademia di Brera; la rassegna è aperta al pubblico ed è accompagnata da una pubblicazione, Gucci Prospettive N.1, Milano Ancora , che De Sarno descrive come una «lettera d'amore» a Milano. A fine luglio, Kering ha annunciato una riorganizzazione aziendale. Le vendite del secondo trimestre del megabrand Gucci sono aumentate dell'1%,



salendo a 2,5 miliardi di euro, al di sotto delle aspettative del 4%. Tuttavia, il presidente e amministratore delegato François-Henri Pinault, riconoscendo i cambiamenti apportati a livello esecutivo, ha dichiarato che «il potenziale di Gucci, a mio avviso, è superiore a 15 miliardi di euro» Bizzarri lascerà l'azienda questo stesso settembre, all'indomani della sfilata di debutto di De Sarno, e gli succederà Jean-François Palus, ex amministratore delegato del Gruppo Kering. La riorganizzazione avrebbe potuto rivelarsi destabilizzante per un direttore creativo alle prime armi, ma, quando abbiamo parlato al telefono con Sabato De Sarno in intervista la settimana precedente la sfilata, lui ha raccontato una storia diversa: «È stato sicuramente un grande cambiamento, ma non per me, perché sono qui da poco tempo. Sento però che stiamo vivendo un'evoluzione di ampia portata : tutte le persone chiave sono nuove». Le spalle di De Sarno sono gravate di responsabilità, ma lui è pronto. «Sono molto eccitato», dice. «So come funziona, perché fa parte del mio lavoro, ma l'emozione che c'è dietro è indescrivibile». Vuoi ricevere tutto il meglio di Vogue Italia nella tua casella di posta ogni giorno? Leggete anche: Questo articolo è stato pubblicato originariamente su Vogue Business