

Coco Chanel - Elsa Schiaparelli

L'improvviso successo di Elsa indispettisce Coco Chanel che, acida, commenta in pubblico: «Mi piace che la moda scenda per strada, ma non posso accettare che nasca da lì». In realtà – per ora – dalla Schiaparelli non ha nulla da temere: con i nuovi, ampi spazi di Rue Cambon e un fatturato di 100 milioni di franchi, non può nemmeno immaginare che qualcuna arrivi a volere un look diverso dal suo. Il suo little black dress in crêpe de Chine nero a maniche lunghe sul numero di «Vogue America» del 1° ottobre 1926 è paragonato alla Ford, l'automobile più venduta al mondo, e va a ruba. Grazie all'abito «che tutte vogliono indossare», il colore che ha vestito vedove, figlie, madri e sorelle di migliaia di uomini morti durante la guerra «viene identificato con il coraggio e l'indipendenza delle donne».

La risposta di Elsa? Un drappoggio realizzato senza ago né filo, dal quale nasce un abito da sera. Nelle occasioni mondane le clienti di entrambe non perdono occasione per soffiare veleno e le due, pur di distinguersi, indossano creazioni che nemmeno le più eccentriche hanno il coraggio di sperimentare.

Chi meglio di loro stesse come ambasciatrici dei propri marchi?

La Maison Poiret, la Maison Patou e quella di Nicole Groult stanno chiudendo. Chanel diventa il simbolo dell'arte di vestire alla francese, ma Elsa, con la sua spregiudicata leggerezza, ormai la insidia da vicino.

Alla prosa di Chanel, Schiaparelli risponde con vorticose strofe di poesia; per lei la moda è una forma d'arte, e Chanel ribatte stizzita che «la moda non è arte, ma commercio. Noi non abbiamo bisogno di geni, ma di mestiere e di un poco di gusto».

Insieme rispondono alle donne attive, che vestono anche per affermare il loro nuovo status. A esaltarle pure il celebre architetto Le Corbusier nel corso di una conferenza del 1929: «La donna ci ha preceduti riformando il proprio modo di vestire. Si è tagliata i capelli, ha accorciato maniche e gonne, e se ne va a testa nuda, a braccia nude, a gambe libere». Donne chic anche sui campi da tennis, come la spagnola Lili de Álvarez che, nel 1931, partecipa al torneo di Wimbledon indossando una gonna pantalone di Schiaparelli, criticata dalla stampa inglese che la definisce antifemminile e da lesbiche. La polemica ha vita breve e nell'arco di pochi mesi la «culotte» diventa un comune accessorio per lo sport come il pigiama da sera per party casalinghi. All'avventurosa – ed elegantissima – Amelia Earhart, prima che affronti le sfide dell'ignoto in solitaria, Elsa dedica una tuta da pilota da indossare sopra un completo di jersey rifinito con inserti di vernice a forma di ala, da togliere una volta arrivata a destinazione.

Poi, ci sono i gioielli.

Nel 1930 fanno storia i sontuosi «Bijoux fantaisies» di Chanel, perle false, gioielli smaltati, in pasta di vetro, bracciali, spille e sautoirs disegnati da Étienne de Beaumont e Fulco di Verdura per la Maison Gripoix, cui Elsa fa eco con i «Bijoux non précieux» di strass e celluloidi, e un collier in pastiche di ceramica a forma di aspirina, disegnato dal poeta surrealista Louis Aragon e dalla moglie Elsa Triolet.

«Perché ipnotizzarsi sulla pietra preziosa? È come portarsi un gioiello appeso al collo» dice, supponente, Mademoiselle, che deroga ai falsi la sera del 7 novembre 1932. Con grande disappunto dei gioiellieri di Place Vendôme mette in mostra nel suo appartamento al 29 di Rue du Faubourg Saint-Honoré una collezione di alta gioielleria in diamanti e platino della Diamond Corporation disegnata da Paul Iribe ed esposta su magnifici manichini di cera, lussuoso catalogo con fotografie di Robert Bresson e un breve testo di Chanel. Parigi si inchina davanti alla presentazione, e chi non vi ha accesso corre a vederla al cinema in un documentario distribuito da Pathé-Gaumont.

Negli anni Trenta Schiaparelli, che nel frattempo è diventata cittadina francese, occupa tutti gli spazi di Rue de la Paix, dove impiega 400 dipendenti. Allo «sport» si aggiungono le insegne «Pour la Ville» e «Pour le Soir».

I cappelli? Se Chanel detesta decorazioni ostentate, Schiaparelli osa l'inosabile.

Quando nel 1934 la corte d'appello di Parigi dichiara che «i cappelli concepiti dalle case di alta moda sono ispirati allo stesso modo e nella stessa scienza della forma, del volume, della linea e del colore che quelle della pittura e della scultura, sono opere d'arte protette dal diritto d'autore», la storica sentenza sembra disegnata su Schiaparelli, che crea cappelli con pompon, alti a turbante o avvolgenti come calotte calate sulla fronte, con la punta che arriva al naso. Fanno sensazione il suo «Mad Cap», un cilindro in maglia appollaiato sulla testa da drappeggiare nelle forme più diverse e la cagoule con fessure per gli occhi e per la bocca, perfetta per sciare senza rinunciare allo stile. E se Chanel nasconde la pelliccia all'interno di soprabiti e cappotti, l'altra la mette dove non serve a niente, sulle tasche, per esempio.

E la contesa fra l'ex contadina ormai milionaria e l'aristocratica italiana si sposta oltre Manica...