

SI PARLA DI...

MARISA ANGIUCCI E LUCA ROSSETTI, TITOLARI DI AMLÉ, IL BRAND DEI BIJOUX NATI IN FAMIGLIA

# Dal corno di zibù è arrivato il successo

di Mirko Locatelli

Erica, Giovanna, Luca, Roberto... Alle nove di mattina questi e altri nomi volano e rimbombano attorno a un lungo tavolo contornato di scaffalature zeppe di scatole contenenti pietre d'ogni colore, ossi, corni, catenine di ferro e d'argento, in un locale sito in una via di S. Maria Capua Vetere. Qui dentro lavora un affiatissimo staff di trentenni che innalza una bandiera su cui spiccano quattro lettere, Amlé, e uno slogan che è tutto un programma: "Piacersi con gioie".

L'ultimo prestigioso riconoscimento ad Amlé, il "Premio per la creatività, l'innovazione e la qualità dei bijoux", glielo hanno attribuito durante la semestrale "Eclat de Mode" a Parigi. E a Milano gli hanno dato la nomina per il "Miglior accessorio bijoux in stile retro-chic". Da un po' di tempo ha il vento in poppa Amlé, un brand giovane che va consolidando il suo successo di anno in anno.

«I premi sono la conferma per tutti noi del lavoro svolto fino a oggi», sbotta con un pizzico di modestia Marisa Angelucci, 61 anni, fondatrice e anima dell'azienda. Nelle colle-

zioni che realizza da una dozzina d'anni non manca veramente niente: orecchini, bracciali, collane channel, portafortuna, ciondoli di varie dimensioni non di rado arricchiti con pezzi suggestivi scoperti da Marisa nei suoi vagabondaggi. Le creazioni Amlé, facilmente riconoscibili per i volumi generosi e per gli abbinamenti a volte arditi, testimoniano un lusso possibile perché sono realizzati prevalentemente in corno, osso e pietre semipreziose. Ma ciò che rende ineguagliabile la designer Marisa è il modo in cui sceglie e abbinare le pietre in un gioco sfizioso conferendo esclusività e unicità a ciascun pezzo.

"Il look Amlé è ormai inconfondibile, originale e sofisticato - spiega Luca Rossetti, dinamico amministratore della maison. «Da noi l'ispirazione si trasforma in gioielli estremamente innovativi e trendy. E così nascono stravaganti strumenti di seduzione che permettono di esaltare la femminilità». Un fatto è certo, lo stile Amlé è finito sulle riviste patinate conquistando una clientela sempre più in aumento.

E pensare che tutto è partito quasi per gioco. «Cominciai 12 anni fa -



racconta Marisa - comprando le prime pietre, qualche perla e il corno di zibù. Materiali provenienti dall'India, da Hong Kong, dall'Africa nera. Mi attraevano i materiali naturali e, soprattutto, la marea dei colori». Marisa - moglie madre e nonna - alla morte del marito ha trovato in sé le energie per tuffarsi in un nuovo e interessante lavoro. Non certo per necessità, ci tiene a rimarcare: «Il guadagno mi gratifica ma non è tutto». Lo ha fatto per cominciare a vivere una seconda vita in maniera differente. Quale?

Dietro la sua scrivania lei ammicca, abbassa lo sguardo e confessa a fil di voce: «Io da bambina sognavo di fare l'architetto perché a scuola ero molto brava a disegnare. Poi da ragazza rimasi intrappolata nella rete

dei sentimenti: mi innamorai di un professore di matematica, Nicola De Domenico, lo sposai a 21 anni, ebbi una figlia, Ermenegilda, e così addio sogni di gloria».

Un giorno di trent'anni dopo, Marisa, un po' per gioco, un po' per passione, riapre lo scrigno dei desideri e comincia a mettersi alla prova attrezzandosi un piccolo laboratorio sottocasa. Forte di carattere, e forte delle sue spiccate doti manuali, comincia ad inventare gioielli sbarazzini per amiche e conoscenti. Ed ecco i primi ciondoli, le prime collane di pietre dure colorate. Collane spesso rese più lussuose da incastonature preziose o dettagli in metallo. Marisa sa che ci sono infinite possibilità di creare e stupire, tanti piccoli elementi per giocare con il look di una donna. Sicché, spinta da una molla irrefrenabile, si mette a girare anche per i mercatini scovando pezzi rari da innestare nelle sue creazioni. Quando torna nel laboratorio corre al banchetto e monta a briglia sciolta: decontestualizza con le sue mani gingilli antichi, medaglioni e oggetti rarissimi, il più delle volte d'argento, riproponendoli tra le maglie di un collier, una collana, un por-



Marisa Angelucci e Luca Rossetti

tafortuna. In questo modo riesce a conferire un flair molto peculiare ai pezzi che crea, un tocco di eleganza senza tempo ad ogni mise per la seduzione dei suoi intrecci. Poi ecco le prime fiere, a Milano e a Vicenza, per sondare il mercato, confrontarsi con gli altri, odorare l'aria che tira nel settore. Be', ce l'ha fatta. In pochi anni l'ha spuntata. Ha costruito un gioiellino di azienda con uno staff di giovani collaboratrici che la chiamano signora Marisa e che hanno in comune con lei una parola magica: creatività. Ossia la voglia e la capacità di fantasticare e poi dare forma alle idee scegliendo i materiali, i colori, mescolando e assemblando il tutto con la grammatica della fantasia e un procedimento rigorosamente manuale. Nel laboratorio di Amlé non rimbombano motori o macchine sofisticate, ci sono solo le mani silenziose di tredici ragazze motivate e spronate da Marisa per vincere la battaglia decisiva: quella del mercato.

«Mantenendo sempre la sua caratteristica artigianale, Amlé è un prodotto indirizzato a un target medio-alto che può spendere da 50 euro in su. - dice Luca - E oggi è presente nelle gioiellerie da Milano a Palermo». Marisa e Luca, suocera e genero, hanno allargato i confini del loro mercato puntando anche su quelli esteri: Francia, Usa, Germania, Spagna. Ambedue hanno imparato a volare per portare Amlé nelle città-mecca dell'eleganza femminile:

New York, Las Vegas, Parigi, Madrid.

Il successo dell'azienda sta provocando, come c'era da attendersi, molti casi di furbesche imitazione. Come ci si difende, allora? Marisa ha le idee chiare in proposito, e senza esitazioni ribatte: «C'è un solo modo per difendersi da chi ci copia: la creatività, cioè inventando sempre nuovi modelli e nuove combinazioni di colori. Facendo proposte d'eccellenza in termini di design, tecniche di lavorazione e qualità delle pietre. Puntiamo tutto sulla portata innovativa delle nostre creazioni». Resta da dire che la svolta di Amlé risale a sette anni fa, quando Marisa, testardamente contraria a usare materiali sintetici, scopre in Africa le catene di corno di zebù e se ne innamora fino a lanciare con successo questo nuovo materiale sul mercato del bijoux.

Il brand Amlé, così dolce e orecchiabile, non è stato inventato da qualche pubblicitario. Le quattro lettere sono le iniziali di Antonucci Marisa, Luca e Ermenegilda, come dire madre, figlia e genero. Luca, laureato in economia e padre di una bimba di 9 anni, Alice, è da poco entrato a tempo pieno in azienda. Ma lo ha fatto con una scelta coraggiosa: ha rinunciato allo stipendio fisso di un giornale, dove si occupava di pubblicità, per affiancare la vulcanica suocera. Un gesto coraggioso che ha fatto rinascere anche lui a miglior vita.

DA DOMANI

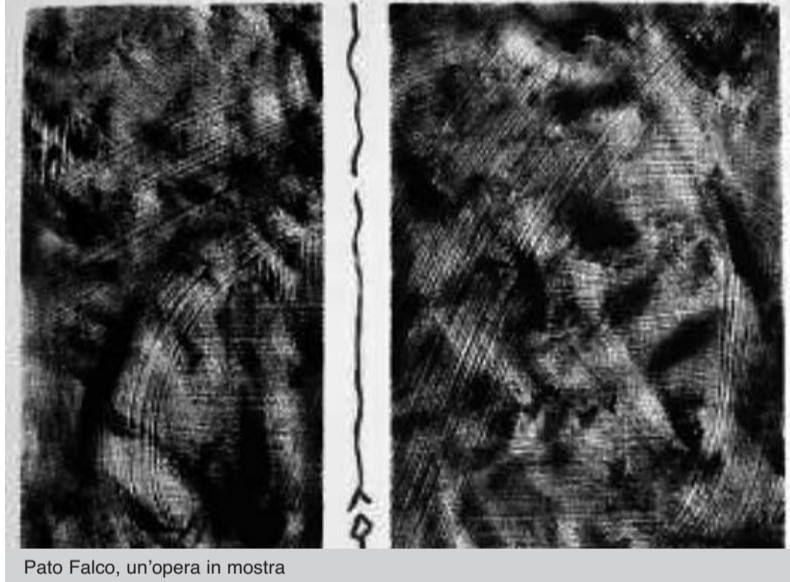
L'ARTISTA ESPONE ALLO STUDIO 49 FINO AL 19 GENNAIO

## I colori liberi di Paco Falco

Potremmo chiederci, con la domanda più semplice e più drammatica: "Com'è la vita? Che colore ha?", posto che i nostri sentimenti hanno pur sempre un colore. È forse questa la prima impressione che suscita la fresca pittura di Paco Falco che ha come squadrato, quasi con naturalezza, le sue emozioni, i suoi pensieri, le sue impressioni. I lavori saranno presentati domani alle 18 negli spazi espositivi dello Studio 49, in via Lungo Gelso 49, galleria e laboratorio d'arte che di recente ha inaugurato le sue attività, e resterà aperta al pubblico fino al 19 Gennaio. Al vernissage parteciperanno, oltre al curatore della mostra Luigi Grossi, il critico d'arte Nino d'Antonio ed il filosofo Ernesto Paolozzi che porteranno i visitatori verso una maggiore conoscenza della complessa trama di emozioni che si

celano dietro le tele di Paco. Le opere risultano così una sorta di terreno sul quale ritrovarsi, un'occasione per guardarsi dentro, una serie di radiografie di stati d'animo, ma anche di pensieri, come sempre, mutevoli. La cifra che dà una precisa identità alla pittura di Paco, è data in particolare da due elementi: quel filo rosso che accomuna le opere, pur nella loro autonomia, e la graffiatura - libera e anarchica - che senza un'apparente logica segna i quadri. È un passaggio che in superficie pare quasi voler cancellare il già vissuto per fare posto al racconto di nuove emozioni.

Paco Falco è nato a Napoli nel '71. Studi di architettura e antica passione per l'arte, frequentata a intermittenza, nelle varie sedi di lavoro, tutte lontane dalla sua città. Questa è la sua prima mostra, e nasce dalla spinta affettuosa de-



Paco Falco, un'opera in mostra

gli amici, che hanno sempre creduto nella sua pittura. I dodici quadri in esposizione e l'installazione sono realizzati con tecnica

mista: idropittura per il fondo, pittura ad olio per i colori, smalto per il "filo rosso" e graffiatura a punta secca.

L'ALBUM

MARE, AMORE E FANTASIA

## Tante canzoni in debito col melodramma

di Carlo Missaglia

Il nostro passaggio a volo d'uccello sul Settecento musicale napoletano, di cui voglio darne un ultimo esempio con questa: *Felicella* di Giovanni Paisiello composta nel 1770: chiude il periodo e ne apre uno nuovo l'Ottocento:

*Mmiezio a li campe io sulo  
Sto meglio de no tre;  
E non nc'è nu figliulo  
Felice comme a mme  
So belle li signore  
Coll'oro e li brillante,  
Te fanno nammura'  
Ma sempe po l'ammore  
Fanno co tutte quante  
Co chisto e chillu la!*

Questo nuovo secolo lo investigatoremo con la solita attenzione: perché parte assolutamente propedeutica al secolo d'oro della Canzone napoletana che inizia a partire dal 1880, cioè gli ultimi venti anni. Questo secolo andrebbe diviso in due momenti entrambi di notevole importanza: il proseguimento della tradizione settecentesca ed il consolidarsi delle basi della Canzone più vicina a noi. Ora diventa indispensabile nel parlare di esso, dare un posto di riguardo alla dinastia dei Cottreau.

E ciò soprattutto perché non sono assolutamente d'accordo con tutti quegli studiosi che dissentono da questo riconoscimento, perché ciò non sarebbe conforme alla verità storica. Non mi è mai riuscito di comprendere come si sia sviluppato questo ostracismo nei confronti di Guglielmo e Teodoro Cottreau. Anch'io, preso da eccessiva fiducia nei nostri storici, mi ero, ma a mia discolpa subentra la giovane età e l'inesperienza di allora, posizionato su questa linea. Fino a quando, approfondito l'argomento, mi resi conto di quanto importante fosse stato quel loro lavoro di salvataggio di quella tradizione che sino ad allora, rimasta orale, diventò, codificata, un riferimento per le generazioni future, le quali avrebbero voluto avere un approccio con questa forma d'arte così nostra. Trovo che vi sia grande contraddizione in chi si lamenta sempre, vista la carenza di documentazione, delle difficoltà che si incontrano quando bisogna fare una seria ricerca, e poi combatte contro coloro che si sono presi la briga, anche se per proprio tornaconto, di lasciarci tracce complete di opere come *Fenesta Vascia*, *Santa Lucia*, *Lo guar-*

*racino*, *Serenata Amalfitana* e tante altre composizioni che altrimenti, ne siamo certi, non sarebbero giunte alla nostra conoscenza. È vero che i Cottreau avevano la pessima abitudine di attribuirsi spesso la paternità di composizioni altrui, ma quanto meritoria sia stata la loro opera di ricucitura con un passato che fino a quel momento si era basato soprattutto sulla tradizione orale! Perché allora screditarli o additarli quali pericolosi trafugatori di Opere? Non è forse vero che altri fecero questo tipo di operazione anche in epoca posteriore? Basti pensare ad esempio al De Meglio che si attribuì "Felicella", di cui ho riportato alcuni versi all'inizio dell'articolo, che in realtà non è altro che l'aria di Paisiello "Nel cor più non mi sento" od anche "La mamma de Rosa" tratta dal "Fra diavolo" di Auber. Ma, tornando al nostro discorso, possiamo dire che nell'Ottocento la Canzone Napoletana trova la struttura a noi più vicina, che resterà immutata fino alla metà del secolo successivo, diventando così: La Canzone. Ossia quella alla quale si farà e fino ad oggi, riferimento ogni volta che si parlerà di melodia italiana.

Nella produzione musicale della prima parte del secolo notiamo ancora influenze dell'Opera Buffa, ma soprattutto del Melodramma. Canzoni come "Fenesta ca lucive", "Palummella zompa e vola", (per limitarci soltanto ad alcuni esempi, tra i titoli più famosi) sono tributarie di ispirazioni rispettivamente provenienti dalla "Son-nambula" di Bellini e dalla "Molinarella" del Brunetta. Vi sono però tutta una serie di autori, siano essi giornalisti, letterati, o semplici popolaristi che produrranno una grande messe di canzoni le quali erano commercializzate attraverso il sistema delle copielle. Erano queste dei fogli volanti su cui venivano stampate le nuove canzoni che non sempre, ma a volte, gli stessi autori vendevano ricavando un agio sul totale degli introiti. Uno dei più famosi venditori e pseudocompositori di queste "copielle" fu senza ombra di dubbio Totono Tasso. Egli si serviva della tipografia dell'Azzolino che stampava le "sue" composizioni. Scrivo sue fra virgolette perché si sa che queste non erano proprio farina del suo sacco ma del Barone Zezza in primis e di altri, i quali preferivano rimanere anonimi,

dando così a lui il frutto della propria creatività. Il compito del Tasso era quello di interessarsi sia della stampa che della vendita. Era, questo singolare personaggio, nato a Napoli il 12 gennaio del 1812, "Giunto ad una certa età, scrive il Martorana, a comprendere che il suo casato era stato illustre dal XVI secolo in poi, volle anch'egli immortalarsi mostrandosi letterato e poeta. Per la sua figura tozza pel suo buffonesco volto, come per un certo spirito naturale che aveva, era di divertimento di quanti lo conoscevano. Il Zezza ed altri lo fornivano di pesie e canzoni che egli stampava e presentava in ogni occasione e ne estorceva moneta, e gli fecero acquistare il nome di poeta e riceverne anche degli elogi." Questo il personaggio Totono Tasso il quale morì a Napoli, dove era sempre vissuto, il 24 agosto del 1869, per cause sconosciute. Il Regaldi, famoso giornalista scrittore e poeta, nel 1947 scrisse di lui sul "Poliorama Pittresco" che era il poeta più conosciuto e l'anima vivificante dei tipi napoletani. Chiaramente si sbagliava perché egli era solo colui che distribuiva, dispensava, dietro compenso, opere che si attri-



buiva ma che erano frutto di altri i quali disdegnando la notorietà si ritraevano lasciandone a lui tutta la gloria. Molti musicisti e scrittori di chiara fama, come il Mercadante, il Donizetti, Biscardi, De lauzieres, Il De Giosa, il barone Ferreri, Domenico Bolognese, Labriola, i fratelli Ricci, Marco D'Arienzo Alfonso Guercia, Salvatore Sarmientos, Pasquale Rondinella, Mariano Paoletta, Perullo, Genovese, Fischetti, parteciparono a questo momento esaltante della Canzone Napoletana ottocentesca che in quel periodo ampliò i confini già in precedenza esplorati e valicati, raggiungendo: e lo si può affermare con sicura certezza, ogni angolo del mondo. Una parte importante di questa storia, va riconosciuta ai cosiddetti Viggianesi, gruppi di tre o più persone i quali, strumenti in spalla, giravano il mondo cantando la nostra tradizione musicale. Di Loro scriverò nel prossimo numero.

Continua  
www.carlomissaglia.it