Rimarrà certamente nella storia del **Made in Italy**. **Roberto Cavalli** è morto a Firenze, il 12 aprile 2024, all'età di 83 anni dopo una lunga malattia È stato uno dei grandi protagonisti della moda italiana degli ultimi 50 anni: con il suo stile massimalista, anticonformista, aggressivo e sensuale aveva intercettato il gusto di consumatrici di tutto il mondo, specialmente tra le star internazionali.
Possiamo senza ombra di dubbio dire che le sue **stampe animalier** hanno segnato la storia del costume perché le ha rese familiare, una stampa, cioè, adatta anche ad abiti di tutti i giorni. Dopo la zebra e le farfalle si era fatto più audace scegliendo sempre gli animali più aggressivi, il leopardo, coccodrillo, la lince, paillettes usate come squame di pesce, il serpente che è stato il simbolo della sua maison.

Interessato al rapporto tra moda e pittura i suoi esordi lo vedono interessato alle stampe e alla ricerca sui materiali. Negli anni '60, prima ancora del debutto sulle passerelle inventa un innovativo procedimento di stampa su pelle. Era un creativo, un artista che trovava ispirazione nella natura e nel mondo animale. Nella sua biografia '**Just Me'** afferma *"Non chiamatemi stilista. Il mio talento, piuttosto, è trovare ciò che rende speciale un tessuto, un abito, una donna, pensando sempre alla moda come fosse un sogno pret-à-portér, pronto per essere indossato".*

La prima collezione che porta il suo nome è del 1970 al Salon du prêt-à-porter di Parigi; successivamente è presente nella Sala Bianca di Palazzo Pitti e poi quando il prêt-à-porter si sposta a Milano e per tutto il decennio successivo Cavalli decide di restare a Firenze. Agli inizi del '90 sposta alcune delle attività del marchio a Milano, ma gli aspetti creativi rimangono a Firenze. È il 1994 l'anno che segna l'inizio del successo internazionale: la collezione presentata durante la Settimana della Moda di Milano lancia il brand verso il successo internazionale. Nel 2010 celebra i 40 anni di attività e per l'occasione allestisce a

Parigi una sfilata con una collezione che riunisce le sue creazioni più belle. I suoi abiti da sera, quelli preferiti dalle star, richiamavano l'attenzione per la loro audacia: stoffe trasparenti, spacchi vertiginosi e scollature generose.
Parte del successo di Roberto Cavalli lo si deve alle sue campagne pubblicitarie di grande effetto perché rispecchiavano e interpretavano molto bene il suo stile erotico, sensuale e trasgressivo.
Tra le campagne pubblicitarie -ma ricordiamo che Cavalli non è stato il solo ad utilizzare la metafora del serpente o la *liason* tra il serpente e la donna nella pubblicità, lo ha fatto per esempio Dior per il lancio del profumo **"Hypnotic poison"**– ci tornano in mente quella in cui il serpente avvolge il corpo della donna ritratta in una natura incontaminata e lussureggiante, memore del giardino dell'eden e quella del profumo **Boa Luxury Case** in cui invece il corpo della donna è adagiato su una terra desertica mentre il serpente sembra spingere tra le gambe il profumo.

Negli anni finali del 1990 assistiamo a un viraggio nelle collezioni che mostrano un nuovo percorso stilistico. Cavalli si presenta sulle passerelle di Milano Moda Donna con uno stile molto lontano dal suo abituale, rinuncia ai maculati e opta per stampe di piccoli fiori e per colori pallidi. Ci mostra una donna romantica che veste di fiori, si adorna di piccoli rami di rose che simulano una spallina, o sottolineano il punto vita; si copre di ricami di glicine e porta bouquet di fiori colorati, in vita, sulla gonna o a formare il corpino di abiti neri. È una nuova eleganza. Ci si chiedeva se fosse finita l'epoca della donna sexy, seducente, aggressiva che si lasciava ritrarre con il serpente il simbolo assoluto della seduzione e della tentazione.

I successivi quattro anni del 2000, in particolare il 2002 rappresentano un crescendo di consensi ed espansione del business. Alla prima linea si affianca **Just Cavalli e Class**

Cavalli questa ultima linea creata già nel 1998 comprendeva le collezioni per donna e uomo; e **JC i jeans Cavalli**; **Roberto Cavalli Angels**, ecc per i giovanissimi, prodotta interamente in azienda a differenza delle altre; è anche il momento di un numero notevole licenze, per occhiali, gioielli, orologi, profumi. Infine nel 2012 crea la **Roberto Cavalli Home**, presentata al Salone del Mobile a Milano. Il suo stile di arredamento anche esso lussuoso e massimalista, che non rinunci ai maculati, rispecchia fedelmente la sua estetica.

Sorprende molto nel 2014 la vendita della maison e nel 2015 il ritiro a vita privata dello stilista. E' qui che inizia la parabola discendente del brand, con il business in crisi a causa di congiunture economiche e forse perché le tendenze del momento non rispondevano più ai canoni estetici dello stilista. Solo a partire dal 2020 il marchio sembra aver ripreso nuovo vigore, con la cessione all'imprenditore di Dubai **Hussain Sajwani**, e grazie a **Fausto Puglisi**, nominato direttore creativo nell'ottobre del 2020 dopo l'avvicendarsi di altri creatori.