

Arriva in libreria Vermeil di Marina Giusti del Giardino

Intervista
di Lapo Sagramoso



Intervistare Marina Giusti del Giardino su un argomento qualsiasi, perfino così personale come l'uscita in libreria di un suo libro, è impresa complicata. Marina, curiosa e disincantata osservatrice della realtà, è infatti una cornucopia di notizie, commenti, confidenze su tutto e su tutti, disperato il tentativo di concentrare la sua attenzione per più di un minuto su un soggetto determinato. Ed entrando in casa sua, un fascinoso padiglione cinquecentesco annidato su una collina a picco su Verona, si capisce perché. Sui tavoli, oggetti di antiquariato indiano e veneziano si alternano a foto di altezze reali con dedica. Ai muri, tra i ritratti di famiglia e le stampe di Venezia, si affolla una collezione di straordinarie fotografie della Cina degli anni '20 e '30, scattate dal nonno ai tempi delle legazioni e dei boxer. La conversazione di Marina è, semplicemente, girovaga e imprevedibile, come lo è stata la sua vita. Nata a Venezia, segue il padre Justo Giusti del Giardino nelle varie sedi della sua carriera di diplomatico che lo portano a Caracas, New Delhi, Ginevra, Tokio. E dal padre deve aver ereditato anche la fulminante capacità di osservazione e il gusto per la battuta mordace. Insieme alle quattro lingue padroneggiate perfettamente, all'autoironia, e – come lei dice – all'uso di mondo, queste doti devono averla non poco aiutata nei dieci anni in cui si occupò delle relazioni esterne di una grande casa gioielliera romana.

LS: Marina, nel tuo libro Vermeil la protagonista, l'io narrante, si chiama Cecilia degli Orti, i gioiellieri presso cui lavora si chiamano Rumeni, e il loro negozio storico sta a Roma in via delle Tubature. Pensi davvero che il lettore non sappia fare due più due?

M.G.d.G.: Certo che lo farà, con un minimo di conoscenze

potrà capire di chi parla il libro dal primo all'ultimo personaggio. Ma non sarà il narratore ad averglielo spifferato. Un po' di lavoro deve farlo anche chi legge...

L.S.: Ed è un lavoro estremamente divertente. Uno si scervella per capire chi sono la signora Pentoletti e l'imprenditore signor Gommoni, il manager Trivella e il grande padre della moda Parmigiani. Però il personaggio più coinvolgente è la bella venezuelana, Carmensita, chi è nella realtà?

M.G.d.G.: Carmensita è in realtà... (fa un nome), bellissima donna, una vera esplosione di vitalità, potrebbe essere sorella di Melba Ruffo, te la presenterò.

L.S.: (dopo aver registrato la promessa) Eravate e siete amiche?

M.G.d.G.: All'inizio l'ho odiata: mi sembrava piena di sé, sprejudicata, arrivista, uno squalo in gonna. Poi ne ho apprezzato la generosità, la lealtà, l'ironia, il senso dell'amicizia. Siamo diventate grandi amiche.

L.S.: Veniamo ai datori di lavoro, i gioiellieri Rumeni. Che persone erano?

M.G.d.G.: In parte non li ho ancora capiti, in parte sì. La storia della famiglia è straordinaria: il capostipite, il nonno, giunse dall'Armenia a Roma ai primi del '900 in fuga dalle persecuzioni turche. Come tutti i capostipiti aveva del genio, e il fatto di averne viste di tutti i colori lo aiutava a comprendere la natura umana. Aveva un gusto straordinario: aveva portato a Roma la tradizione dei gioielli bizantini, ricchi, pesanti, imperiali. Eppure semplici, artigianali, essenziali. Oggetti unici.

L.S.: E la generazione con cui tu avevi a che fare, i tre fratelli?

M.G.d.G.: E' la classica generazione di mezzo: il talento del nonno ormai è sbiadito, la cultura manageriale non si è ancora sviluppata, l'ambizione sociale è molta e condiziona...

L.S.: Né carne né pesce?

M.G.d.G.: Esattamente. E questo li faceva vivere senza serenità.

L.S.: in Vermeil i tre fratelli Rumeni non risultano particolarmente simpatici.

M.G.d.G.: Erano degli scorbutici, viziati dalle madri che provenivano dal generone romano, non sapevano trattare né i collaboratori né i clienti.

L.S.: Tutto attorno all'oro e alle pietre preziose dei Rumeni volteggia un mondo di ricchi e straricchi, con i loro tic e le loro idiosincrasie che tu descrivi molto bene nel libro. Hai riscontrato qualche differenza tra i miliardari parigini, americani, milanesi, romani?

M.G.d.G.: Nella media gli stranieri erano meglio degli italiani. Seri, educati, acquistavano gioielli che valevano delle fortune come fossero un paio di scarpe. Tra gli italiani preferivo i romani: più veraci e aperti dei milanesi.

L.S.: Il reparto vendite di un grande gioielliere è una centrale del pettegolezzo, o no?

M.G.d.G.: Un gioielliere, come un sarto o un pellicciaio, ma anche di più, è un confessore laico che inevitabilmente viene a conoscere molti segreti dei clienti: dalle liti coniugali ai cambi di amante. Per non dire dei corni da farsi perdonare. Il ruolo del gioielliere è quello di un alto sacerdote del dio denaro: ne elargisce i doni più preziosi e immediatamente visibili.

L.S.: Centrale in Vermeil è il tema dello snobismo. Tu lo analizzi non solo sul piano psicologico, ma anche su quello sociologico, pensi che gli snob abbiano ragioni familiari e storiche per essere come sono?

M.G.d.G.: Certamente. Intanto va detto che lo snobismo, inteso come aspirazione a essere considerati qualcosa che non si è, è un fenomeno talmente diffuso da

essere quasi universale. E riguarda tutte le categorie: il nuovo ricco desidera nobilitare le sue origini recenti, il principe vuole apparire ricco, il rentier ci tiene a darsi un tono da grande manager, il manager da conoscitore d'arte. Le donne, poi, hanno tutta una graduatoria loro, più sfumata e complessa, dall'entreneuse di alto bordo che cerca di rifarsi un nome alla principessa che tenta di nascondere quanto è decaduta.

L.S.: anche i fratelli Rumeni sono da includere in questa lista?

M.G.d.G.: Temo di sì. Nemmeno loro sono esenti: non accettavano il loro ruolo di mercanti —che invece è degnissimo— aspiravano a essere considerati sia imprenditori brillanti che uomini di cultura e di gusto che, diciamo, erano meno.

L.S.: La storia, ci dice il tuo libro, non ha soddisfatto queste loro pretese: la generazione successiva della famiglia in quattro e quattr'otto li ha estromessi dalla conduzione dell'azienda.

M.G.d.G.: Sì. Con la quarta generazione —quella del signor Trivella, per intenderci— nell'azienda entrò il marketing nudo e crudo, la logica del profitto puro e duro. Non c'era più spazio per la poesia, il sogno, l'eredità degli imperatori di Bisanzio. Il mondo era cambiato e, in breve: non c'era più posto per persone come me e i miei amici, la squadra Rumeni di quegli anni. E con questo epilogo anche Vermeil si

chiude.

L.S.: rimpianti?

M.G.d.G.: Nessuno. E' stata una stagione straordinaria, sono grata alla Provvidenza per avermi regalato questo punto di osservazione unico sull'umanità.



Vermeil di Marina Giusti del Giardino Editore pagine 180, 14,00 Euro. In tutte le librerie (è possibile ordinarlo direttamente al libraio, se non lo trovate sugli scaffali).