

Addio a Cesare Paciotti, il designer che ha trasformato la calzatura in un'icona rock e seducente

La storia di **Cesare Paciotti** è quella di un artigiano visionario che, partendo dalle Marche, ha saputo trasformare l'azienda di famiglia in un marchio globale, simbolo di lusso audace e inconfondibile "Made in Italy". La sua scomparsa, avvenuta il 12 ottobre 2025 all'età di 67 anni, ha lasciato un vuoto nel mondo della moda, che oggi celebra il suo spirito innovativo.

Dalle origini marchigiane all'innovazione

Nato a Civitanova Marche, Paciotti è cresciuto nell'ambiente del calzaturificio fondato dai suoi genitori, Giuseppe e Cecilia, nel 1948. Dopo gli studi al DAMS di Bologna, nel 1980 ha rilevato l'attività con la sorella Paola, imprimendo una svolta radicale. Rinominata **Cesare Paciotti**, l'azienda ha abbandonato il tradizionale artigianato per abbracciare un'estetica rock, sensuale e moderna. Paciotti ne divenne il direttore creativo, mentre Paola si occupava della gestione aziendale.

Il pugnale: simbolo di forza e seduzione

Il tratto distintivo che ha reso il brand celebre in tutto il mondo è il logo: un **elegante pugnale rivolto verso il basso** e inciso con le iniziali dello stilista. Questo simbolo di forza e personalità è diventato un'icona riconoscibile, spesso riportato in metallo sotto la suola o sul tacco di modelli celebri. Lo stesso designer scelse il pugnale per la sua riconoscibilità e come "strumento" che aveva accompagnato l'uomo attraverso le epoche.

L'età dell'oro e l'espansione

Gli anni '90 segnano l'apice del successo. Dopo aver consolidato la linea uomo, Paciotti lancia la **collezione donna**, con i suoi celebri "**Dagger Heels**": tacchi a spillo vertiginosi e iconici che incarnavano un'immagine di femminilità potente e seducente. Il designer amava dire che i tacchi "non sono una provocazione, ma un piacere estetico che giova al corpo femminile".

Il brand ha ampliato la sua offerta con borse, valigie, occhiali (dal '98) e, dal 2002, con la linea casual-sportiva "**Paciotti 4US**", comprendente orologi, cinture e intimo. Nel 2003, è nata la collezione "**Cesare Paciotti Jewels**", confermando l'estensione del DNA stilistico a tutti gli accessori di lusso.

Le sue creazioni hanno conquistato star internazionali come Beyoncé, Eva Longoria, Kim Kardashian e molti altri, consolidando il marchio come sinonimo di lusso audace e glamour.

Eredità e continuità

Nonostante un periodo difficile, l'azienda Paciotti ha dimostrato resilienza, rilanciandosi anche grazie al supporto dei fornitori e alla nuova gestione affidata al nipote, **Marco Calcinaro**, responsabile commerciale, e al fratello Massimo.

L'eredità di Cesare Paciotti risiede nella sua capacità di fondere il rigore dell'artigianato italiano con una visione creativa ribelle e internazionale. Il brand continua a evolvere, come dimostrano le recenti collezioni che, pur mantenendo vivo il DNA del fondatore, guardano al futuro con i messaggi "In der Mitte" (riferimento a categorie genderless) e "Hard Deco" (contaminazione tra punk e geometrie).

Cesare Paciotti ha trasformato la scarpa da semplice accessorio a un vero e proprio statement di stile, lasciando un segno indelebile nella storia del design italiano.