

PIACCIANO AI *grandi del mondo*,  
 DA BARACK OBAMA  
 AL PRINCIPE WILLIAM,  
 DA SERGIO MARCHIONNE  
 A RUPERT MURDOCH,  
 E *non conoscono*  
 LA PAROLA *crisi*.  
 SONO I MARCHI ITALIANI  
 DI *alta sartoria*,  
 CHE DETTANO LEGGE  
 NEL CLASSICO  
 MASCHILE.  
 ECCO IL *carnet*  
 degli *evergreen*  
 PER COMPORRE  
 UN *guardaroba*  
*impeccabile*,  
 E SU CUI *investire*  
 IN FUTURO.



**P**assaparola. Funziona anche tra ministri e supermanager ("Dove trovi quelle camicie?", "Che meraviglia la tua cravatta!"), che a margine di incontri ufficiali si scambiano gli indirizzi dei marchi prediletti. E, guarda caso, i più apprezzati sono italiani, noti ma non celebri, che si fanno riconoscere per la perfezione dei manufatti prima che per le pagine di pubblicità sulle riviste glam. È andata così anche per il principe William, divenuto cliente di Angelo Inglese, titolare della camiceria G. Inglese di Ginosa (Taranto), al quale è giunto a gennaio l'ordine per la camicia che il futuro re d'Inghilterra indosserà al suo matrimonio: alcuni amici in vacanza in Puglia avevano regalato camicie G. Inglese al principe, il quale non le ha più lasciate. Vicenda emblematica, ma assai comune a quella



NEGLI *ultimi tre anni*  
**BRUNELLO CUCINELLI**  
 HA REGISTRATO +70%  
*di fatturato* E PTO1  
**pantaloni Torino**  
 È PASSATA DA 16.000  
 A 240.000 CAPI PRODOTTI;  
**IL marchio Barbisio**  
 HA RILANCIATO DEL 30 %  
 LA PRODUZIONE  
 DELL'ULTIMO BIENNIO.



manciata di marchi sartoriali italiani che vestono gli uomini più in vista del mondo. Cosa li accomuna? Innanzitutto l'altissima qualità dei prodotti, poi la fattura artigianale, la cura maniacale dei dettagli, la possibilità di personalizzare i capi, l'innovazione miscelata alla tradizione; infine le dimensioni di piccola o media impresa. Sono questi gli ingredienti del successo di marchi come E. Marinella, cravattificio napoletano che è stato oggetto di studio degli economisti: "Abbiamo il più alto rapporto tra reddito e metratura del negozio", conferma Maurizio Marinella, terza generazione nella boutique di Chiaia; "Napoli nell'Ottocento era il faro della moda maschile, e questo tratto è rimasto nel DNA della città", continua mostrando le variabili in base a cui personalizza le cravatte (peso e fantasia del tessuto, imbottitura,

lunghezza, larghezza, forma della punta, cucitura e piegatura sul retro, fodera). E se Marinella espone le lettere di ringraziamento di celebrities da tutto il mondo, non da meno sono i marchi sartoriali dell'eccellenza napoletana come Kiton (i Windsor tra i clienti) o Isaia (Rupert Murdoch). Anche al Nord, però, il livello è altissimo: in comune tra Obama e Sergio Marchionne non c'è solo la Chrysler, ma anche i pantaloni di PTO1 Pantaloni Torino, che della cura dei dettagli hanno fatto un punto d'onore. Le calze Gallo (Desenzano sul Garda) spopolano tra i creativi di Milano, predilette da designer e architetti (primo tra tutti Piero Lissoni), che ne diventano veri e propri collezionisti. E sono tornati a coprire teste celebri anche i cappelli Barbisio, marchio storico biellese, in cui ha investito la holding Bigli 1 della famiglia Romiti (che ha rilevato anche Nicky, cravattificio milanese da cui si serviva D'Annunzio). Brunello Cucinelli, il re umbro del cachemire, ha saputo colpire al cuore il who is who mondiale, meritando su The New Yorker del marzo scorso un pezzo intitolato "The Prince of Solomeo" (il borgo in cui ha sede l'azienda). Mancano solo le scarpe. Magari fatte a mano con tomaia in cachemire. Come quelle che Santoni ha presentato al Pitti Uomo di Firenze, con gli artigiani che le realizzavano di fronte al pubblico. Con abilità insuperata, come solo in Italia sappiamo fare.

INTERNI-PANORAMA 25 FEBBRAIO 2011

I CLUB DEI FUORICLASSE / 25



QUI SOPRA: LA COLLEZIONE DEL MARCHIO NAPOLETANO **ISAIA** (AUTUNNO INVERNO 2011) E, A FIANCO, UN COMPLETO **BRUNELLO CUCINELLI**; A DESTRA, IL CACHEMIRE UTILIZZATO DALL'IMPRENDITORE UMBRO E LE MANI DI UNA SARTA NEL LABORATORIO DI **MARINELLA** A NAPOLI E UN SET DI CRAVATTE ROSSE; **MARINELLA** APRIRÀ A PRIMAVERA UN NEGOZIO MONOMARCA A LONDRA, A MAYFAIR.

NELLA PAGINA PRECEDENTE, IN ALTO: ARTIGIANI AL LAVORO NELLO STAND **SANTONI** A PITTI UOMO (FIRENZE) E, A FIANCO, LE SCARPE **SANTONI** IN CACHEMIRE; A DESTRA, LA CALZA IN FILATO D'ORO 18 CARATI DI **GALLO**. SOTTO, UNA CAMICIA G. INGLESE.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

MARINELLA 19 (CRAVATTE)