

La trasformazione

LA NUOVA VITA CHIC DEL "VECCHIO" NODO

Necessaria solo per chi entra in Senato, si trasforma in accessorio glamour e di tendenza

Amore e odio

>>
Marta Casadei
 Milano

Per Oscar Wilde, una cravatta ben annodata era «il primo passo serio nella vita». Lo scrisse ne "L'importanza di chiamarsi Ernesto". Era il 1895 e la cravatta, simbolo maschile per antonomasia, non aveva ancora subito il lunghissimo processo che l'ha vista seduta al banco degli imputati almeno negli ultimi cinquant'anni. Dai giovani che sbuffano la mattina del giorno della laurea (unica occasione in cui il temuto accessorio sembra essere di rigore sotto i trent'anni) ai manager che si allentano, rincuorati, il nodo alla fine di una giornata di lavoro, passando per il ministro della Salute Livia Turco che nel luglio 2007 fece mettere nero su bianco che non era più obbligatoria,

nemmeno nei pubblici uffici: tutti hanno tentato di dare un taglio, simbolico e non, alla cravatta, fino a poco tempo fa insostituibile partner di stile della giacca. Sdoganata, emarginata, vessata. Invano. Perché se ora è necessaria solo per chi entra in Senato, la cravatta ha smesso i panni del vincolo fastidioso e imprescindibile per vestire quelli ben più allettanti dell'accessorio glamour e di tendenza. Tanto che, nel 2006, l'amata odiata ha stregato anche le passerelle della moda femminile, elegantemente annodata al collo di bellissime mo-

delle. In ufficio, nelle occasioni di rigore ma anche e soprattutto nelle situazioni informali, con o senza giacca, la cravatta vive una nuova giovinezza. Monocolore, cangiante, fantasia o a righe, di seta, di lana o patchwork come le bellissime cravatte Miu Miu pensate per la primavera/estate 2008, realizzate con scampoli di materiali provenienti dalle cravatterie più fa-

mose, poco importa: rinnovato simbolo di bon ton ed eleganza, è stata riscoperta anche dai più giovani che indossano modelli anni Sessanta, strettissimi come li portavano i Beatles, anche in discoteca. E chi non ne può fare a meno cinque giorni su sette, abbandonati nell'armadio i modelli più classici, reinterpreta l'accessorio in chiave del tutto personale. I politici, tanto per dirne una. Perché se Silvio Berlusconi non rinuncia alle classiche cravatte in seta dalle fantasie sobrie su sfondo rigorosamente blu o azzurro, Walter Veltroni ha sfoggiato a lungo cravatte rosse. E opinione condivisa che il più glamour in materia sia il ministro Cesare Damiano. Affezionato alle cravatte in maglia, porta con nonchalance modelli dai colori vivaci, rigorosamente a righe orizzontali. Ammirate da tutti, nei corridoi della politica e non solo.

Un mito intramontabile, soprattutto se si pensa ai pro-

dotti Made in Italy. Le più famose, in Italia e all'estero, sono le creazioni di Eugenio Marinella. Pare che lo stesso Bill Clinton, allora presidente degli Stati Uniti, non sia riuscito a trattenersi dal fare una ca-

patina nell'atelier napoletano. Per poi farsi spedire i pezzi più belli direttamente alla Casa Bianca. Fantasie classiche, tessuti pregiati e un tocco di originalità hanno fatto fare il giro del mondo ai prodotti del laboratorio partenopeo. Ad occupare un posto di riguardo tra i produttori artigianali, anche Altea. Proprio il marchio milanese, creato alla fine dell'Ottocento da Giuseppe Sartori, ha proposto alle ultime sfilate Pitti Uomo una variante chic ai modelli tradizionali: scarpe in seta da portare a mo di cravatta, pensate per l'uomo contemporaneo che vuole coniugare eleganza e informalità. E ancora: le cravatte in lana e cachemire di Sozzi Calze, le elegantissime creazioni di Tino Cosma, cucite a mano, o le millerighe multicolore firmate da Missoni. La passione per un accessorio mai passato di moda conquista le passerelle e diventa sempre di più un terreno di sperimentazione per scacciare la monotonia. A sfidare i grandi maestri e la loro esperienza centenaria ci sono però anche i giovani: la designer Bethany Shorb e il suo Cyberoptix Tie Lab di Denver, ad esempio. Le sue creazioni, cravatte tinta unita, in seta o in microfibra, dalle fantasie particolarissime (dai fiori di pesco ai batteri), promettono di dare battaglia alle solite Regimental per il pubblico più giovane. <<



**MAURIZIO
 MARINELLA**

«Cerchiamo di innovare: e ora tocca a Sarkozy»

“napoletano” a causa della superstizione, ma nell'ultimo anno ne abbiamo avuto grande richiesta anche qui.

Molti volti noti hanno ceduto al prestigio delle cravatte Marinella. Qualche nuovo cliente di grido che si è aggiunto al parterre?

Sarkozy, l'ho incontrato due mesi fa per realizzare una serie di cravatte su misura. Ci ha richiesto dei modelli classici, adatti anche alle occasioni istituzionali.



«Dal 1914, anno in cui suo nonno Eugenio fondò il negozio, ad oggi che cosa è cambiato?»

La cravatta non si deve indossare per forza e questo è un cambiamento positivo. Si sono evoluti i gusti: oggi soprattutto i giovani preferiscono modelli stretti, senza il doppio interno. E le fantasie classiche subiscono la concorrenza delle novità, delle innovazioni.

Al di là dei cambiamenti e dei gusti che cambiano, che cosa simboleggia per lei la cravatta?

È un accessorio elegante, un simbolo di rispetto per sé e per l'ambiente che ci circonda.

Avete appena presentato la nuova collezione, rigorosamente fatta a mano, a Londra. Come la descriverebbe?

Mio nonno aprì quest'attività con l'intenzione di creare un piccolo angolo di Inghilterra a Napoli. Per questo abbiamo scelto di presentare la collezione a Londra. E abbiamo messo un pizzico di aggressività in più nei nostri modelli, andando incontro alle tendenze d'Oltremarica: abbiamo ceduto alla voglia di colore che si percepisce, confezionando cravatte azzurre, gialle e anche lilla. Il viola non è proprio un colore