

FASCINOSA

di Gisella Desiderato

NULLA COME LA CRAVATTA



Come un semplice pezzo di stoffa colorata sia ancora lo spartiacque tra la formalità e la vera eleganza. Marinella e Urturale svelano i segreti che portarono un piccolo accessorio a diventare un elaborato prodigio artigianale, rivelando perle di classe inarrivabile

EUGENIO MARINELLARIVIERA CHIARA (P.VITTORIA), 287/A
80121 NAPOLI

TEL. 081 24 51 182, FAX 081 24 51 182

WEB WWW.MARINELLANAPOLI.ITE-MAIL MARINELLA@MARINELLANAPOLI.IT

FASCINOSA



Una cravatta sa trasformare l'uomo formale in un uomo elegante. Lo affermano gli eredi di quel sapere sartoriale, tramandato di generazione in generazione, che è riuscito a trasformare un prodotto classico in un indispensabile elemento di stile. Regimental, cashmere, a righe o con piccoli disegni, tinta unita, negli ultimi tempi anche a colori decisi, la cravatta è solo questione di gusto personale. Non a caso un maestro come Eugenio Marinella, capostipite nel 1914 dell'omonima sartoria napoletana oggi ereditata dal nipote Maurizio, amava ripetere: «Scegliere una cravatta è un atto irrazionale: l'unica regola è seguire l'istinto». Ma anche l'istinto deve aver qualche regola, aggiungeva lo stesso Marinella. E in proposito snocciolava consigli tuttora attuali, come evitare asso-

lutamente i disegni molto grandi e vistosi, un unico disegno centrale o i colori troppo smorti e anonimi. Perché la cravatta rivela il carattere. Quindi deve valorizzare la personalità. Per questo sono tollerate anche tinte audaci che oggi fanno tendenza. «Negli ultimi anni la moda è cambiata», spiega il nipote. «Stanno scomparendo i nodi enormi lanciati dai calciatori. S'assiste a un ritorno della camicia a un bottone, a un ridimensionamento della cravatta e al decollo di colori vivaci se non addirittura scatenati come il rosa shocking».

UMORALE Gli fa eco un'altra autorità del settore, Giancarlo Auriemma, amministrato delegato di Ulturale Cravatte, azienda napoletana fondata nel 1948 da Mario Ulturale oggi condotta anche dal figlio Vincenzo, che per decenni ha prodotto cravatte per le principali griffe italiane e da quattro anni è uscita allo scoperto imponendosi con il proprio marchio: «La cravatta, oltre a essere sinonimo di classe, eleganza e visibilità, è anche legata all'umore. Per questo stanno entrando nei guardaroba tinte prima impensabili come il lilla, l'arancio o il rosa».

SANTA MANUALITÀ Ma per esser davvero chic è indispensabile la qualità della materia prima e la cura artigianale di un tempo. Sono appunto aziende come Marinella (con prezzi che oscillano dai 95 ai 140 euro) e Ulturale (con prezzi da 98 a 193 euro) i gelosi santuari di un sapere sartoriale che impone al mondo cravatte fatte soltanto a mano. «Chi visita i nostri laboratori rimane deluso», confessa Marinella. «Pensa di trovare quali macchinari, mentre invece noi usiamo ago, filo, forbici e tessuto d'altissima qualità, soltanto inglese». Lo stesso vale per Ulturale. «La cravatta si fa con quattro passaggi a mano», spiega Auriemma, «taglio, spillatura, cucitura e punti a smerlo».

SETTE PIEGHE D'ELEGANZA La manifattura artigianale sforna vari modelli che dipendono dal numero delle pieghe, cioè da quante volte è piegato il tessuto per confezionare la cravatta. Il modello base ha tre pieghe, quelli più pregiati possono averne cinque o sette e contengono più tessuto. La migliore cravatta ha la fodera in pura lana, poiché conserva la morbidezza pur essendo corposa.

«In questo modo si evitano cravatte croccanti», precisa Marinella. «Quando si mette a riposo la sera, la lana assorbe umidità e permette alla cravatta di tornare in asse, cioè perfetta», aggiunge Auriemma. Le misure oscillano tra i 9,5 e gli 8,5 centimetri nel punto più largo, mentre la lunghezza standard va dai 146 ai 148 centimetri. Ovviamente nelle cravatte fatte su misura i numeri possono variare su esigenze personali (altezza, giro del collo, tipo di colletto della camicia).

REGOLA AUREA La regola generale dice che il codino (il lembo più piccolo) deve essere sempre a pareggio con la pala anteriore (il lembo più grande) ed entrambi devono coprire appena la cintura. Il tessuto in genere è seta pura. Nelle situazioni informali, di giorno può essere cashmere e d'estate la cravatta può anche essere sfoderata, fino a sembrare un foulard.

Gli antichi sarti ricordano che in passato s'usava cambiar cravatta durante la giornata (il bon ton imponeva colori chiari di mattina e scuri di sera). Oggi, invece, la velocità costringe a uscire di giorno con una cravatta e a usarla anche di sera fino al ritorno a casa. Per questo gli esperti consigliano di privilegiare sfondi universali di color blu o bor-

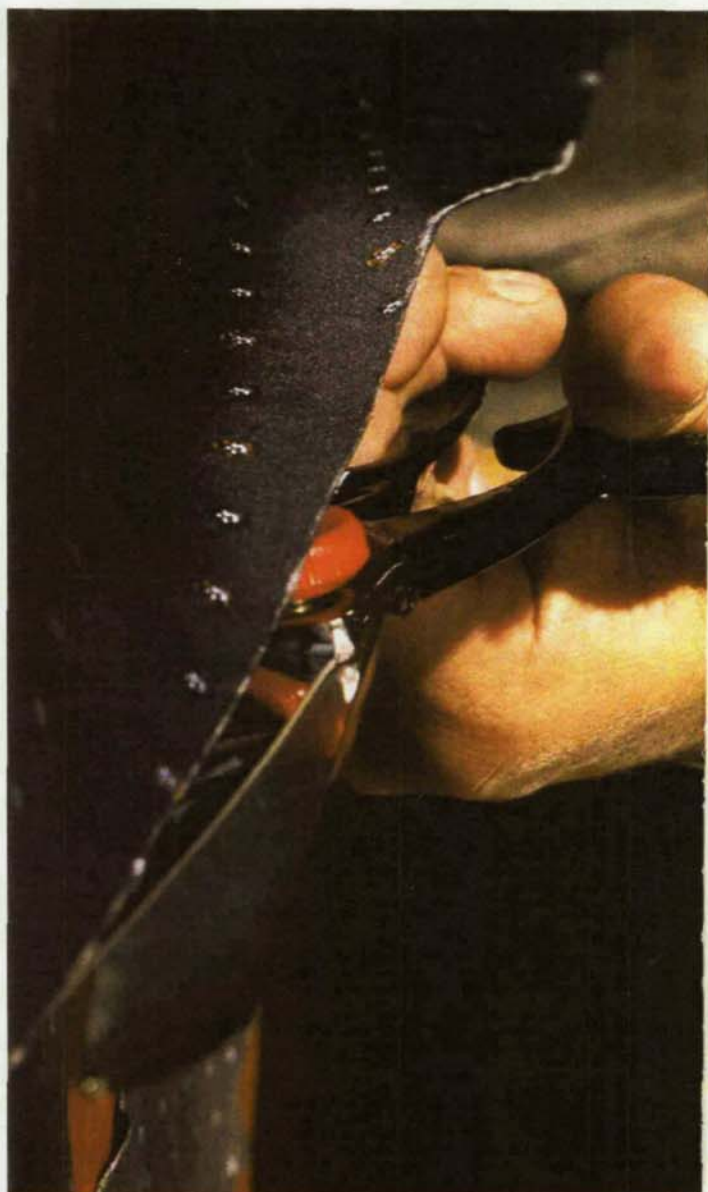
CONSERVARE LE CRAVATTE

La cravatta va curata anche quando non si usa

Gli esperti del settore consigliano di prestare particolare attenzione al momento in cui si toglie.

La prima regola è sciogliere il nodo facendo scorrere il codino. Se invece si tira, c'è il rischio che la cravatta si deformi: se non è elastica si possono anche spezzare le cuciture.

Una volta tolta, la cravatta va fatta riposare appesa su un piolino. Dopo circa 48 ore è bene riportarla nella sua plastica protettiva e stenderla in un cassetto. È assolutamente vietato tenerla piegata o arrotolata. Per lavarla, infine, la semplice lavanderia non basta: la cravatta va smontata e rimontata per evitare che il tessuto si rovini e che l'interno in lana si restringa. Per questo è bene riportarla al produttore che la scuce e ricuce, sostituendo anche l'interno.



deaux carico. Dicono sì anche a colori forti. Le regimental, invece, vanno portate soltanto di giorno e sono tollerate alla sera soltanto se tono su tono. Con i gessati soffici, che sembrano abiti a tinta unita, sono permesse le cravatte rigate altrimenti, con i gessati più marcati, è meglio usare una cravatta a tinta unita o con piccole fantasie. Le righe vanno bandite dalla cravatta se sono già sulla camicia. Per chi, invece, riesce a cambiarsi, la sera sono consigliabili sfondi scuri, a punta a spillo o con piccoli disegni. La scelta cambia in base non soltanto alla circostanza, ma anche al luogo: ad esempio, per un matrimonio in un agriturismo la punta a spillo è troppo rigorosa, va bene un azzurro o anche un bianco su bianco o grigio perla.

Il linguaggio della cravatta continua a far tendenza, nonostante i professionisti e i manager che dettano le mode con il loro abbigliamento, manifestano la tendenza a non indossarla neanche in contesti formali. È il caso di Sergio Marchionne, amministratore delegato della Fiat, che con i suoi maglioni blu sembra pronto a celebrare il de profundis della cravatta. «Nessun pericolo», ribatte sicuro Eugenio Marinella, la cravatta rimane indispensabile in certe occasioni, come i gran galà o gli incontri fra capi di Stato. S'indossa meno, ma meglio». Ed è sempre un regalo perfetto, conclude Giancarlo Auriemma: «Non offende e non entra troppo nel personale».