

M

IL MEGLIO



Gianluca Isaia, terza generazione della sartoria napoletana famosa anche negli Usa, spiega perché la classe è di nuovo questione di dettagli. E il Lanificio Colombo...

TRENDSETTER

Stile sartoriale per il nuovo lusso

L'eleganza? È questione di dettagli. «Chi si affida a un brand, specie se si tratta di un marchio italiano sinonimo di buon gusto, cura sartoriale e attenzione ai particolari, sempre più spesso ci chiede di poter scegliere la fodera di una giacca o il sottocollo, persino la tipologia dei bottoni o la lunghezza di una cravatta perché se si è molto alti un nodo standard può non funzionare al meglio», spiega al *Mondo* Gianluca Isaia, assieme ai cugini Barbara, Enrico e Massimiliano e alla sorella Alessandra, terza generazione della maison del bel vestire made in Naples, nata proprio in una sartoria. «Già, tutto cominciò nel Dopoguerra, era il 1957 quando mio nonno Enrico vendeva tessuti. Ma capi presto che era il caso di passare alla confezione di capispalla, giacche e soprabiti, per avere futuro. Così trasferì l'attività a Casanovo Napoli, ancora oggi il distretto dei sarti e ancora oggi il quartier generale della

nostra attività, dove avviò la produzione di abbigliamento Isaia: per questo, la nuova attenzione verso i dettagli e la personalizzazione ci trova preparati. In un certo senso è un ritorno alle origini, un trend che abbiamo colto con tempismo grazie anche alla nostra presenza sul mercato americano che presidiamo dagli anni '90 con presenze nei grandi magazzini Neiman Marcus, Saks e Barney». Gli Usa restano una grande sentinella dell'evoluzione del gusto: «Infatti, proprio Oltreoceano abbiamo capito prima di altri questo nuovo trend e compreso anche che il futuro va giocato sul binomio tradizione e contemporaneità. L'idea adesso», spiega Isaia, «è di portare questo stile fedele al passato ma aperto al futuro su un altro mercato molto ricettivo come quello russo con tre nuove aperture previste per quest'anno a Ekaterinburg, in Kazakistan e a Baku». La città del petrolio nell'Azerbaijan diventerà insomma anche un nuovo

fortino del bel vestire all'italiana? «Magari, comunque abbiamo progetti anche per l'Italia dove il prossimo settembre inaugureremo il flagship store in via Verri a Milano, mentre in Estremo Oriente pensiamo di aprire a Shanghai e Macao in Cina e stiamo guardando all'India, forti di una nuova struttura imprenditoriale: sono appena entrati in cda Fabio Giombini, un ex Valentino, Giovanni Mannucci, ex Marzotto e Deloitte, Guido Vesin, ora a capo dell'M&A di Banca Akros ed ex Deloitte pure lui, e infine Enrico Vento».

Pensando già all'autunno anche il Lanificio Luigi Colombo lavora «su misura» con la rara vicuña per una collezione limitata di cappotti, giacche, maglie e sciarpe dal lusso ineguagliabile, frutto di un accurato lavoro sartoriale. I capi sono disponibili anche su prenotazione, con appuntamenti personalizzati da fissare sin dalla primavera-estate per poter avere i propri abiti dei deside-

M IL MEGLIO

ri in tempo per i prossimi freddi. Ancora, sulla personalizzazione punta il marchio Stivaleria Savoia di Milano: il servizio su misura oggi, come ieri, è un valore fondante del brand entrato di recente nel portfolio della famiglia Marinella (i celebri produttori di cravatte) e viene applicato non solo a calzature e accessori ma ora anche agli abiti sartoriali e alle camicie. Stivaleria Savoia, forte della sua lunga tradizione artigianale nella lavorazione delle pelli e nella realizzazione di scarpe e stivali su misura per tutte le occasioni, sta infatti estendendo il servizio anche agli abiti, alle camicie e agli accessori come ombrelli, cappelli, portafogli e borse, mantenendo costante la ricerca della qualità e della perfezione. Così, il cliente può vedere e toccare con mano i tessuti, italiani e inglesi di altissima qualità, per poi stabilire in base al suo gusto e alla sua conformazione fisica il modello dell'abito (singolo o doppio petto, due o tre bottoni) o della camicia (collo alla francese o botton down, bottoni, asole, cifre). Dopo una ventina di giorni la camicia, per fare un esempio, è già pronta per essere consegnata, mentre l'abito necessita di una prova per effettuare le ultime modifiche (orlo,

maniche ecc.) per essere poi finito una decina di giorni dopo. Tra le novità dello stile personalizzato ci sono infine le proposte di brand come il nuovo Polosophy, dietro al quale lavorano due giovani imprenditori, due dottorandi in Economia, marketing e comunicazione d'impresa con la passione per l'abbigliamento sartoriale e, speriamo, un buon fiuto per gli affari come Giuseppe Stigliano e Alexander De Zuanne. «L'idea nasce dalla volontà di inserirsi in una nicchia di mercato con rilevanti possibilità di sviluppo. Abbiamo osservato da un lato un consistente aumento di richieste per camicie su misura, dall'altro un'abitudine a considerare la polo, l'indumento casual per eccellenza, meno impegnativo della cami-

A sinistra, capi personalizzati Lanificio Colombo. Sotto, Stivaleria Savoia a Milano. Al centro, polo di Polosophy



cia, ma abbastanza formale da poter essere indossata in ufficio. Riteniamo che una consistente fascia di consumatori, avvezza alla possibilità di personalizzare la propria camicia scegliendo il collo, il polsino e i dettagli relativi alle cuciture e ai bottoni, possa essere attratta dal lusso di fare altrettanto con una polo», spiegano. «Il servizio prevede l'invio di un sarto a domicilio (casa o ufficio). I clienti possono contattarci telefonicamente o compilando il formulario-misure sul sito internet www.polosophy.it, e il capo verrà inviato direttamente al cliente tre settimane dopo l'ordine, personalizzato con le iniziali di chi lo indosserà. E nessun logo». Noblesse oblige.

Enrica Roddolo

STILE

VALEXTRA L'ARTIGIANO ARRIVA IN BOUTIQUE

Adesso l'artigiano arriva in boutique. Per aiutare a capire che cosa c'è dietro ai cult di stagione, per svelare i dettagli di lavorazione, o per eseguire piccole finiture a mano e magari personalizzare accessori e dintorni.

L'idea è di Valextra con il progetto Artigiano in boutique. «Un modo per dare la possibilità di osservare e vivere in prima persona l'arte di lavorare la pelle: dai banchi della fabbrica a un salotto nel cuore di

Milano, il nuovo servizio messo a disposizione dei clienti renderà possibile assistere personalmente alle piccole riparazioni degli articoli Valextra o alla loro personalizzazione», spiegano alla maison che a Milano affaccia le sue vetrine a un passo dal Teatro alla Scala. L'artigiano e il suo spazio, creato ad hoc all'interno della boutique di via Manzoni 3, saranno sempre a disposizione dei clienti da martedì a sabato dalle 13.30 alle 18.30. E le richieste di riparazioni e prestazioni su misura saranno oggetto di preventiva quantificazione di tempi e costi.

La raffinata manualità, l'esclusiva lavorazione, l'attenzione e la cura esasperata per ogni dettaglio, che caratterizzano il lusso discreto di Valextra, diventano insomma un'esperienza reale. Così è possibile assistere dal vivo agli interventi su cuciture, metallerie e zip fino a scoprire i veri e propri processi di lavorazione della pelle come la scarnitura, la rifinitura a pennello delle coste con lacca lucida, da sempre simbolo del marchio, e partecipare alla personalizzazione dell'oggetto prescelto con l'impressione a caldo delle proprie iniziali.

E.R.

