# Harper's BAZAAR

Italia

THE PHENOMENON ISSUE

## 06
## ALLURING

MATY FALL
by CRAIG MCDEAN

N.6 OTTOBRE 2023 MENSILE € 5,00 IN EDICOLA DAL 29/09/

# LESSICO NAPOLETANO

## I codici di uno stile che è anche uno stato del cuore e della mente. La grande scuola sartoriale partenopea si nutre dell'abilità e della creatività di una schiera di talenti, imprenditori del Made in Naples

DI ANNA VOLPICELLI

Era il 1351 quando nella chiesa di Sant'Eligio Maggiore a Napoli – sfarzosa e vivace capitale del Regno angioino, oltre che importante centro socioeconomico – un gruppo di artigiani del tessuto diede vita alla Confraternita dei Sartori. Un momento di iniziazione cruciale, che aprì il cammino alla scuola sartoriale partenopea, evolutasi nel tempo secondo precisi capisaldi: leggerezza, comodità, morbidezza. A metà Novecento, la giacca di scuola napoletana era un must, simbolo di una raffinatezza naturale e spontanea contrapposta al rigore inglese: la manica accorciata faceva intravedere il polsino della camicia e l'imbottitura delle spalle, alleggerita, garantiva una maggiore possibilità di movimento. «Napoli ha radici profonde nella storia della moda. Giacche, cravatte, camicie e abiti su misura facevano e fanno ancora parte di una lunga tradizione. In passato, in un solo palazzo abitavano e lavoravano almeno tre sarti», racconta Antonio De Matteis, AD di Kiton e nipote di Ciro Paone, capostipite del brand. Fu quest'ultimo, nel 1968, a costruire un impero partendo da una piccola bottega in cui la perfezione era cucita letteralmente a mano, ogni giorno. Oggi, con lo stesso spirito, giovani stilisti come il concittadino Sabato De Sarno, nuovo direttore creativo di Gucci, stanno dando nuova vita a quell'antico sapere. Per tutelarne il Dna, nel 2000 Kiton ha lanciato una scuola di Alta Sartoria all'interno della sede di Arzano. «Un percorso di formazione in cui i nostri sarti in pensione insegnano il mestiere ai giovani fra i 16 e i 21 anni», prosegue De Matteis. «L'obiettivo è collocare un sarto Kiton in ogni nostro punto vendita». Con lo stesso intento, nel 2021 un gruppo di maestri ha fondato l'associazione Le Mani di Napoli, che attualmente raccoglie una ventina di artigiani. «Esistono alcuni requisiti per farne parte. Essenziali il fatto-a-mano e in Campania», dice Damiano Annunziato, vicepresidente e direttore della Sartoria Dalcuore. Un concetto di napoletanità che lo scorso giugno è stato illustrato a Pitti Uomo durante l'evento "Napoli dentro, Napoli addosso", dove è stato presentato il disciplinare della sartoria napoletana. Uno stile, ma anche uno *state of mind* che vive e si rinnova nelle mani di una generazione di imprenditori. Rigorosamente Made in Naples.

Sopra, un look della collezione autunno/inverno 2023-24 di Kiton, marchio fondato nel 1968 ad Arzano (NA) da Ciro Paone.

Courtesy of Kiton

# LEDEFF

"Una sera eravamo a cena insieme e in un baule abbiamo trovato tessuti e fibbie di nostra nonna Rosaria, che era una sarta eccezionale. Quella stessa sera cominciammo, così per gioco, a combinarli dando vita alle prime pochette. Da lì sono arrivate le nostre collezioni di borse"

LUIGIA DE FELICE

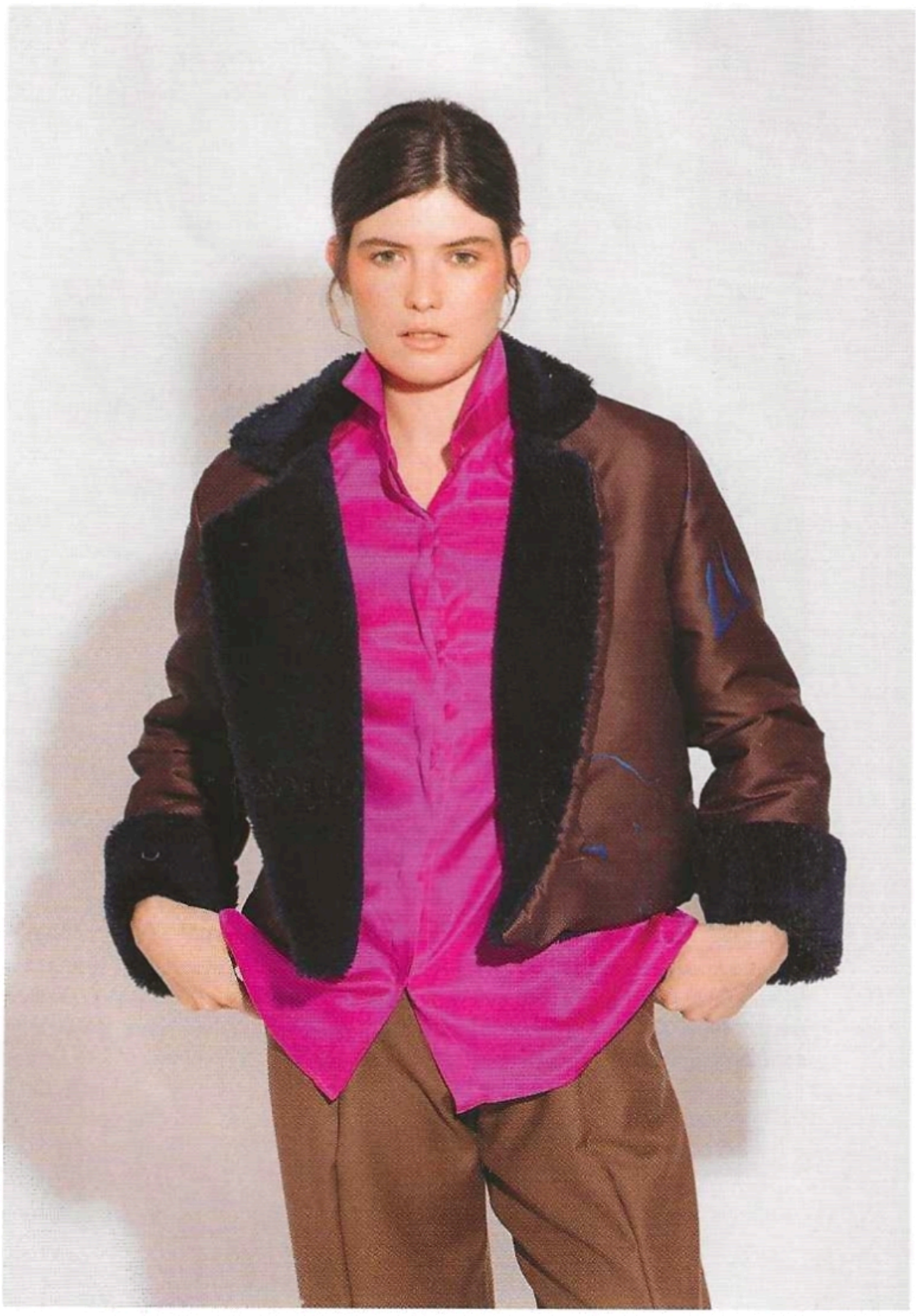
Sopra, la pouch *Mini Silvia* di Ledeff con il leone in ottone, simbolo del brand. A s
la manifattura dei guanti Omega, in gran parte fatti in pelle di agnello, emblem
tradizione dei guantai napoletani. Il grosso della produzione viene realizzato
da una rete di donne che cuce e fodera con le proprie macchine.

Courtesy of Ledeff/Paolo De Luca

# OMEGA

"Nessuno taglia più i guanti in questo modo... tranne forse in qualche fabbrichetta a gestione familiare di Napoli o Grenoble", ha scritto Philip Roth in *Pastorale americana*. «Ho un documento che attesta che in epoca borbonica, periodo d'oro della guanteria napoletana, in città esistevano 41 fabbriche. Oggi siamo rimasti in pochi», racconta Alberto Squillace, quinta generazione di Omega, laboratorio aperto alla Sanità nel 1923. «Sono cresciuto in azienda e ho imparato il mestiere da mio nonno e da mio padre. Ci vogliono 25 passaggi per realizzare un guanto artigianale e ognuno viene fatto rigorosamente a mano da una persona diversa che spesso risiede nel Rione, un tempo il centro dell'arte dei guantai». La pelle è materia prima anche da Ledeff, che recentemente ha aperto un monomarca in via Poerio. «Ogni borsa racconta la storia della nostra famiglia», dice Luigia De Felice, che con la sorella Barbara ha lanciato questo brand dall'anima vintage. Pezzi timeless con una forte identità, espressa dal simbolo del marchio, il leone in ottone: «Era una fibbia della nonna che abbiamo rivisitato grazie a sapienti orafi locali», spiega Luigia. «Noi disegniamo le borse, realizzate combinando tessuti, fra cui il velluto, e la pelle: conciari hanno concepito per noi due colori che oggi ci contraddistinguono, il rosso e il verde».

# CHIARA PERROT

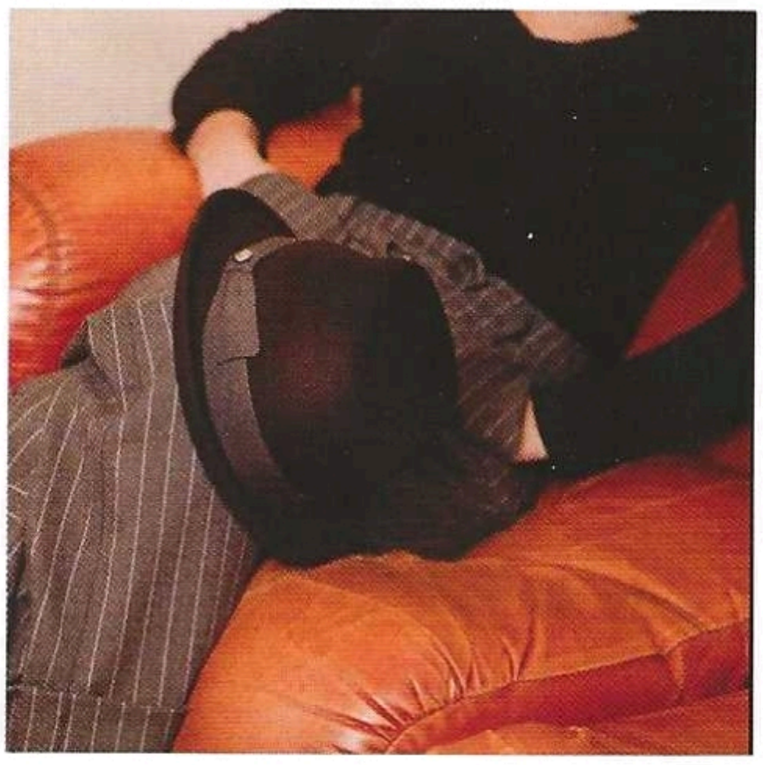


Sopra, un look della collezione A/I 2023-24 di Chiara Perrot, con blouson in tessuto spalmato dipinto a mano. A destra, cappello in feltro di lana di L'artigiano Freak.

"Ho sempre amato la moda, soprattutto le creazioni di Gianfranco Ferré, le sue forme minimal, architettoniche, e le sue linee rigorose"

CHIARA PERROT

# L'ARTIGIANO FREAK

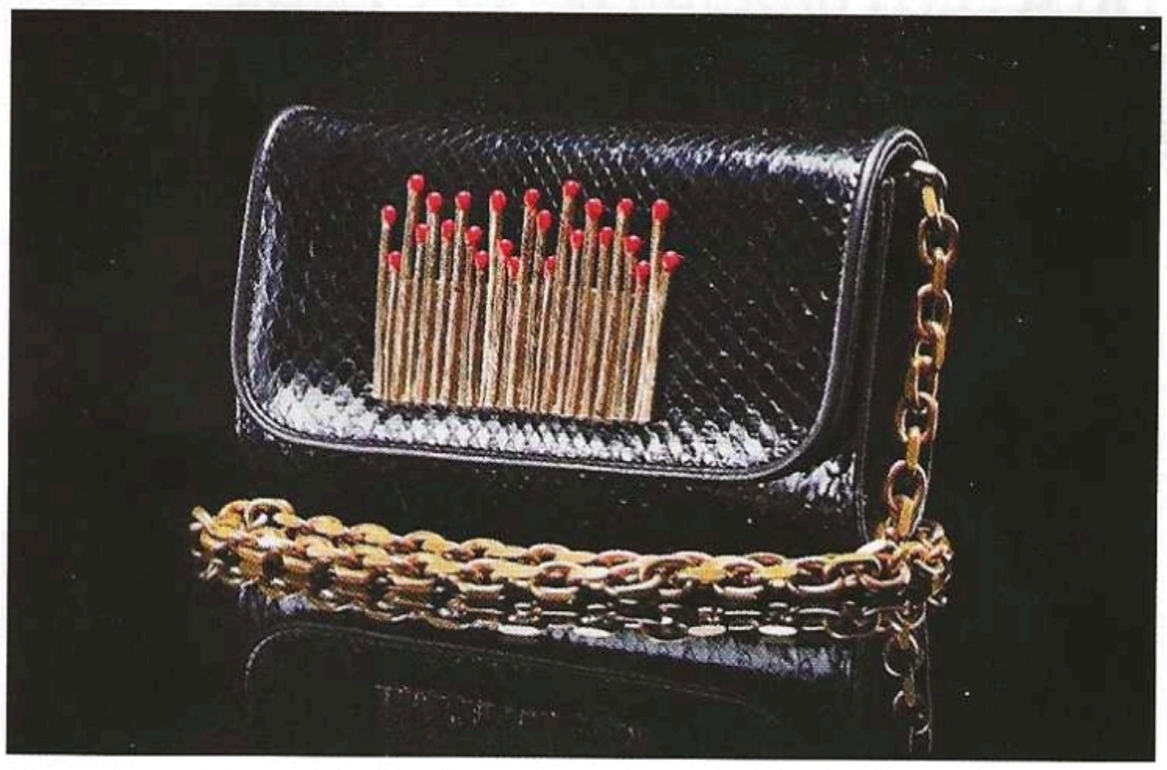


«Negli ultimi anni, anche grazie alla serie *Peaky Blinders*, la coppola è tonata in auge», racconta Francesco Menna, un passato nelle relazioni internazionali abbandonate per seguire la passione per i copricapi e fondare, con Rossella Razzino, L'artigiano Freak. Hanno creato la loro prima coppola con la iuta, poi sono arrivate quelle in lino, seta, cotone e lana: «La loro produzione è a Napoli, mentre i cappelli sono fatti a Montappone, nelle Marche. Made in Naples sì, quindi, ma anche Made in Italy». Nel centro storico, non lontano dal flagship store dove sono in vendita anche accessori (soprattutto gioielleria) di brand italiani di nicchia, c'è pure l'atelier della stilista Chiara Perrot. Laureata in architettura, ha studiato Styling per lo spettacolo allo IED Moda Lab di Roma, mentre a Milano ha imparato a cucire con ago e filo. Tornata a Napoli, nel 2012 ha lanciato il suo marchio. «La mia prima collezione era tutta in bianco e nero», racconta. Spronata a sperimentare il colore, e soprattutto il dipinto a mano su tessuti, comincia a pennellare fiori e animali su T-shirt, vestiti e camicie. «Mi sono accorta che riuscivo a esprimere me stessa e la mia creatività». Nel 2019 si mette in mostra presentando ad AltaRoma i suoi capi casual-chic, morbidi e fluidi, e abiti importanti con motivi e applicazioni a mano ispirati alla natura.

# SARTORIA NOMADE

"Lo showroom è come casa nostra. Ci prendiamo il tempo per conoscere le clienti, approfondire esigenze e gusti, provare abiti e creare i giusti abbinamenti, bevendo un caffè o un aperitivo insieme"

FLORA SAZIO



Sopra, abito *Hibiscus* con frange di Sartoria Nomade. A destra, borsa di Marcella Cuosta in pitone con fiammiferi-gioiello in bronzo protetto e teste in smalto rosso.

# MARCELLA CUOSTA

Bucket bag, pochette, clutch, alcune impreziosite da dettagli-gioiello creati appositamente dal jewelry designer Bernard Delettrez, con cui Marcella Cuosta ha all'attivo una collaborazione. «Ho iniziato a progettare borse a 18 anni», racconta.Autodidatta, una decina di anni fa ha lasciato l'avvocatura per dedicarsi completamente alla sua passione. Nella boutique in vico Vetriera vende i suoi pezzi, oltre ad accessori di esclusivi brand internazionali di nicchia scovati durante i viaggi o le voraci ricerche. «Mi sono accorta, però, che stavo trascurando il mio progetto», spiega. «Così ho deciso di aprire un piccolo showroom, con uno spazio dedicato all'ideazione e un altro all'esposizione di pelli, fibbie e materiali, in cui sarà possibile anche mettere a punto pezzi su misura».

Non lontano, la designer Flora Sazio e la stylist Mirta Robiony hanno allestito il loro regno a fine 2021 nella Sartoria Nomade in piazza dei Martiri. «Prediligiamo una moda lenta, puntando su materiali esclusivamente sostenibili e vestibilità», dicono. Lino, cotone, seta e lana diventano i tessuti da cui nascono abiti, pantaloni e camicie in edizioni limitate, ravvivati da stampe colorate che richiamano alla mente l'idea del viaggio. Ogni capo viene prodotto localmente da piccoli laboratori scelti con cura dalle due fondatrici del marchio.

# MENDITTOROSA

Sopra, il profumo *Talento*, con un cuore di ossido di rosa, rosa in infusione naturale e geranio; la boccetta, in spesso vetro francese, ha un tappo di ceramica raku e una passamaneria napoletana artigianale in filo grigio. Sotto, l'ombrello, montato su bambù intero, realizzato per Carlo III da Talarico.

"In dialetto, *o sang* significa 'il sangue'. Ho scelto i profumi per dire tutto, per dirlo bene, per dirlo onestamente e *Osang* dice: Napoli ti amo. Ti appartengo, anche quanto ti respingo"

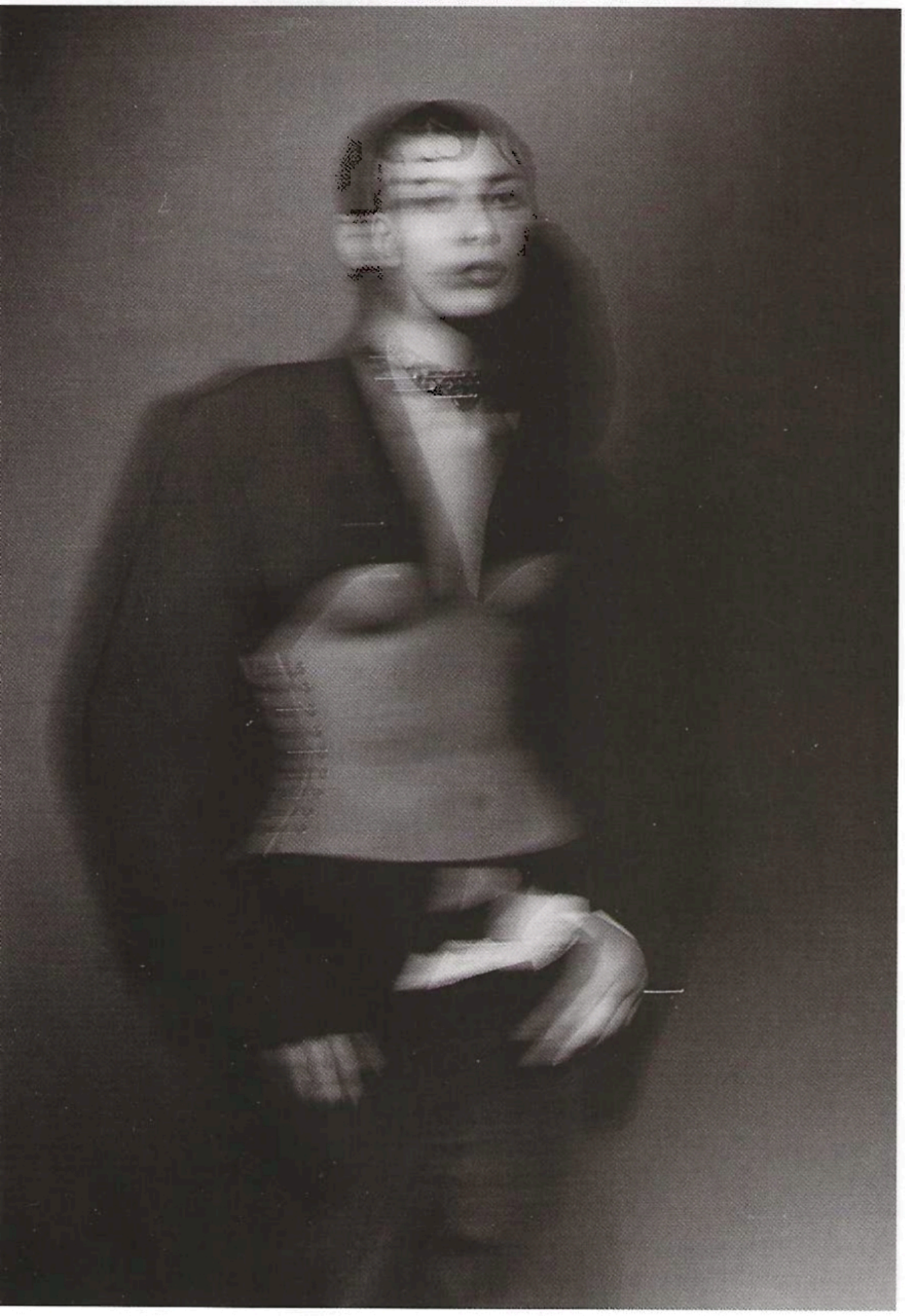
STEFANIA SQUEGLIA

# MARIO TALARICO

Fornitore ufficiale di Antonio De Curtis, in arte Totò, Talarico produce ombrelli dal 1860. «Quando ho cominciato ad affiancare a tempo pieno mio padre, nel 2006, mi sono prefissato l'obiettivo di far conoscere il nostro lavoro nel mondo», racconta Mario jr. Bravissimo artigiano e fumettista talentuoso, ha realizzato parasole per papa Ratzinger e per papa Francesco, un Bat-ombrello per Christian Bale e uno con struttura in bambù per il futuro Carlo III, arrivato attraverso l'ambasciatore in Italia del Belize. «A maggio 2022, in una lettera, il segretario di Sua Altezza mi mandava i ringraziamenti e lodava la splendida fattura del manico. Dopo pochi mesi, su Internet, vidi una foto del re con il mio ombrello», dice con orgoglio. Di sogni e memoria è impastata anche la storia di Stefania Squeglia, fondatrice di Mendittorosa. L'idea di creare essenze le è nata da un viaggio a Stromboli. «Poi mi sono trasferita in Francia per approfondire l'arte della profumeria. Dalla collaborazione con un laboratorio di donne sono nati *Alfa*, *Omega* e *ID*, in omaggio al vulcano siciliano, chiamato dai locali Iddu». Il ritorno a Napoli, celebrato con la fragranza *Osang*, dedicata alla città, le apre le vie del successo. «Anche le bottiglie, in vetro, ceramica, pietra e metalli, sono pezzi unici fatti a mano».

Courtesy of Mendittorosa, Mario Talarico. Foto: 0770/Simone Marigliano

# FEFÈ



## 0770

“Damiano dei Måneskin ha indossato il nostro *Ring Choker* all’Eurovision 2021: eravamo stati contattati a sorpresa dalle stylist che seguivano la band. Poi, sono arrivati altri musicisti”

IRENE DE CAPRIO

A sinistra, sul blazer scuro, un corsetto 0770 per la campagna *Dichotomy*. 0770 sta per luglio 1970, l’ultima estate in cui le tre grandi J del rock (Jimmy Hendrix, Jim Morrison e Janis Joplin) erano vive: un omaggio alla musica, alla vita e all’arte. Sopra, pochette e cravatta *Scaramantia*, in seta blu con cornetti rossi, di Fefè.

Nato dalle mani e dalla mente dello stilista Enzo Pirozzi e della fotografa Irene De Caprio, il brand 0770 ha già vestito alcune star, fra cui i Måneskin ed Elodie. «Essendo per noi la musica una grande fonte di ispirazione, ci sembra un connubio perfetto», racconta De Caprio. Nel quartier generale e laboratorio di Saviano, a una trentina di chilometri dal capoluogo campano, i due creano abiti in pelle italiana, conciata al vegetale, che sembrano sculture. Ogni pezzo combina la tecnologia del taglio laser con un metodo classico di cucitura a mano, in uno stile sensuale e sofisticato che ha trovato spazio nell’industria della moda parigina.

A un accessorio classico dell’uomo napoletano elegante, curato e attento ai dettagli si è invece votato Fefè. Si tratta della pochette, oggetto della tesi del master alla Luiss Business School di Francesco Fossari, che insieme alla compagna Serena Femiano, architetta e designer, nel 2011 ha lanciato questo brand di sartoria maschile. «Serena disegnò le stampe da applicare sulla seta, diventate il nostro segno distintivo. Presentammo prima al White di Milano e poi a Pitti Uomo: fu un grande successo». Dal fazzoletto da taschino il brand si è evoluto, realizzando una collezione ready-to-wear con giacche, camicie, calze, cravatte e costumi, in vendita nei flagship store di Napoli e Milano.