

# STYLE

MARZO 2012  
NUMERO 3

MAGAZINE

INDISCRETO

Catricalà, regista di Mario Monti: «Come è nato il piano lavoro, per aggirare l'articolo 18»

PASSIONI

Le vere camicie di stile. Taglio, bottoni, segreti. E stoffe di bottega. Tutto fatto in tinello

ECONOMIA & ETICA

Sarmi: «Il carrozzone Poste è diventato un affare. Abolendo regali e spintarelle»

IMPOSSIBILI

Le ragazzine Nonino. Eredi della grappa e del fascino. Belle ed esperte di investimenti

IN SOCIETÀ

Il club dei pazzi per i fornelli. Manie, idee, ricette. E le loro osterie a colpo sicuro



**ALAN RUSBRIDGER** P. 79

I CAMALEONTI DELL'INFORMAZIONE





# *Uomo in camicia*

DI MARIA LUISA BONACCHI

FOTO DI SAKIS LALAS PER STYLE

---

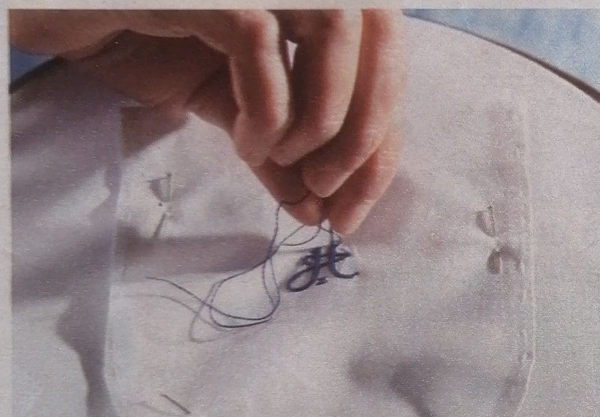
Quasi tutte uguali? Nascoste dalla giacca e dal pullover? Sono invece il particolare più distintivo dello stile. Per tessuto, bottoni speciali, scelta delle righe, sciancratura e colletti. I dandy scelgono il taglio anni Trenta e gli originali quello anni Settanta. Ma ciò che conta è avere buone pezze e ottime camiciaie. Made in Italy

---

Si fanno camicie nel laboratorio di Alessandro Siniscalchi, «maestro d'arte» di 46 anni. Prima di lui il padre Vittorio e, prima ancora, la nonna paterna.

## RICAMI

L'occhiello è un punto di forza: è sempre decorato a mano, in verticale sul corpo perché non deve concedere «gioco» al bottone, in orizzontale sul listino del collo.



APPARTENENZA

Nate per distinguerle nel bucato di famiglia, le cifre sono un optional che oggi non tutti gradiscono. Vanno ricamate con perizia utilizzando aghi sottili.

## CUCITURE

L'abilità sta nel far combaciare perfettamente il disegno della stoffa sulle spalle e sul carré che, nelle camicie di Siniscalchi, è cucito con punti invisibili.



ABBOTTONATURA

Il bottone si cuce «a zampa di gallina»: dal foro più basso, l'ago passa negli altri con tre punti. È ben attaccato ma un minimo «gioco» ne facilita l'allacciatura.

## L'uomo disegna e taglia, ma è la donna che cuce

«Mille lire, alloggio, vitto, lavatura, imbiancatura e stiratura» elencava Totò, distinto «turco napoletano» in redingote grigio perla e camicia con collo stonato e durissimo. Un vero simbolo, questo, per gli elegantoni d'antan, che in quell'alta striscia di stoffa inamidata, rigida come un cartone, identificavano lo chic mascolino.

Inappuntabile, ma veramente scomodo, presupponeva capo eretto e portamento fiero, come ha mostrato la saga della famiglia Crawley nella serie *Downton Abbey*, successore del network britannico Itv e nel

Guinness dei primati 2011 come spettacolo più acclamato dalla critica. Rinverdendo gli allori della mai dimenticata *Ritorno a Bridehead* (1981), altro dramma in costume del primo Novecento, con Jeremy Irons e Laurence Olivier impettiti nei loro sparati candidi, di cui si medita il remake.

Se, almeno sullo schermo, il fascino del colletto duro, sinonimo di classe, fatica a tramontare, è indubbio che esso esigeva anche un notevole spirito di sacrificio: quelli di questo tipo, infatti, prodotti negli Usa dalla Arrow Collar e immortalati dal disegnatore J. C. Leyendecker in una celebre pubblicità

dal 1905 al 1931, erano in rigida celluloido oppure ben induriti da un bagno nell'amido, tanto da diventare, soprattutto nei giorni caldi, degli strumenti di tortura per i poveri dandy. I quali, però, mai avrebbero rinunciato al loro status symbol; oltretutto assai funzionale dato che, grazie ai tre occhielli (così si definiscono le asole in camiceria), si potevano staccare dalla camicia: i maligni dicono che gli inglesi avari cambiassero il colletto evitando di lavare in toto l'indumento, ma è certamente una delle tante cattiverie messe in circolazione sulla perfida Albione.

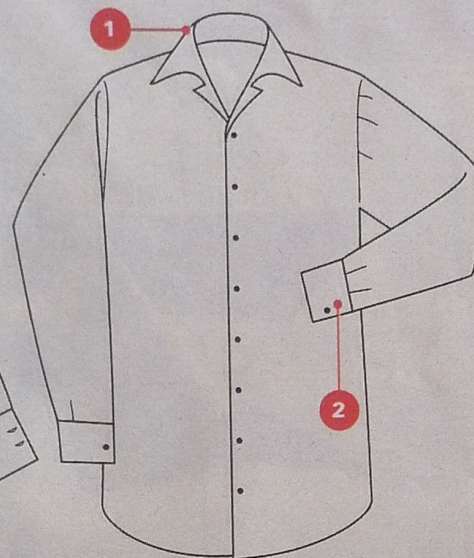
Impensabile tortura per l'uomo d'oggi.

# UNA MODIFICA TIRA L'ALTRA

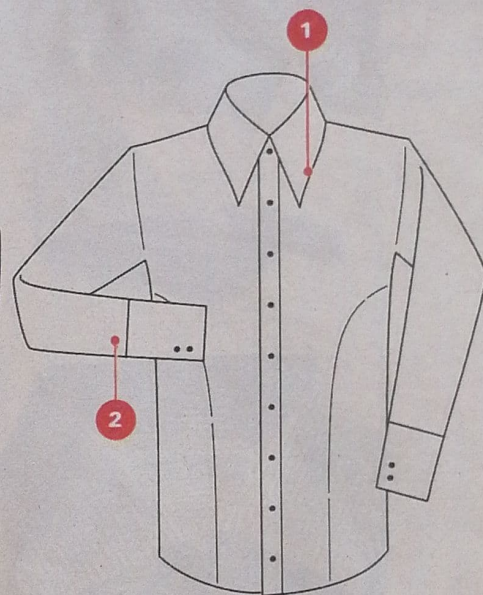
## VITTORIO SINISCALCHI (CLASSE 1926) INSEGNA



ANNI TRENTA



ANNI CINQUANTA



ANNI SETTANTA

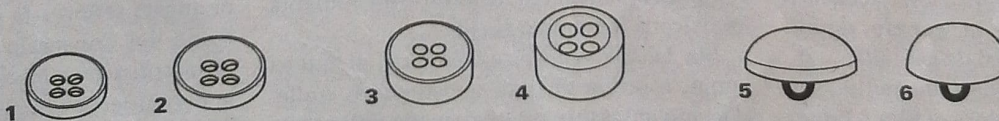
Il collo è rigido, inamidato, staccabile, in genere stonato (1). Le maniche cucite con una certa ampiezza in arricciature o pieghe, riprese al polso (2). Il polsino è doppio, chiuso con gemelli. Sul dietro, sfondo piega o cannoncino. Per la p/e: Burberry Prorsum, Ralph Lauren. Mark Ronson (sotto) produttore discografico e cantante, si rifà alle vecchie glorie (e mode).

Il collo più interessante è a paramontura: senza listino sotto le vele a punta, tutto di un pezzo (1), s'indossa sia aperto sia chiuso con la cravatta. Le maniche sono asciutte, il polsino è stonato (2), il modello affusolato. Per la p/e: Costume National, Giorgio Armani, Versace. Adrien Brody (sotto) dopo aver interpretato Dalí (Midnight in Paris) si è innamorato di questi colletti.

Il collo si allunga in due punte chiuse (1). Il giro manica è stretto, la manica senza pieghe. Il polsino è alto (2), i bottoni applicati sul cannoncino. Il modello è sciancato con l'aggiunta del «fianchetto» sagomato. La lunghezza si accorcia. Per la p/e: Yves Saint Laurent, Roberto Cavalli. Tom Ford (sotto) è quasi sempre in smoking, e quando si cambia sceglie i maxi colletti.



### CHIUDIAMOLA COSÌ



Meglio se di madreperla australiana, altrimenti di trocas, conchiglie sminuzzate e pressate. Le dimensioni giuste: per il listino del collo, diametro 16 mm (1), spessore 2,2 mm (2). Per il button-down, diametro 14 mm, spessore tre mm (3). Per la camicia, diametro 16 mm, spessore quattro mm; esagerato e scomodo lo spessore di sei mm (4). Per lo smoking i bottoni sono smussati: diametro 18 mm, per lo sparato a piegoline (5); diametro 16 mm e forma bombé per lo sparato in piqué nido d'ape (6).



GUARDA UN PO' CHE TIPO

Dall'alto in senso orario: di cotone ritorto, Pasqui, 95 euro. A righe irregolari con colletto a contrasto, Polo Ralph Lauren, 135 euro. Di lino button-down con taschino e interno colletto check, Daks, 119 euro. Di cotone Vichy slim fit, Bagutta, 132 euro. Di cotone lavorato, Càrrel, 135 euro. A righe larghe, Fabio Inghirami, 95 euro.

abituato a comodità e mollezze estreme, il colletto duro ha l'indubbio appeal di appartenere all'epoca d'oro di questo capo di abbigliamento: quando era particolarmente ricco, confezionato con dovizia di stoffa. Il gentiluomo indossava il gilet e, togliendo la giacca, restava in maniche di camicia: attaccate alle spalle con fitte molleggiature (alla napoletana), o con profonde pieghe (alla milanese), che davano appunto ampiezza e ricchezza riprese poi dai polsini, in genere doppi, anch'essi inamidati e chiusi da gemelli.

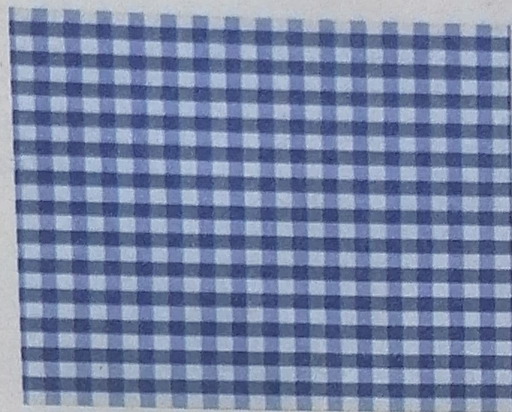
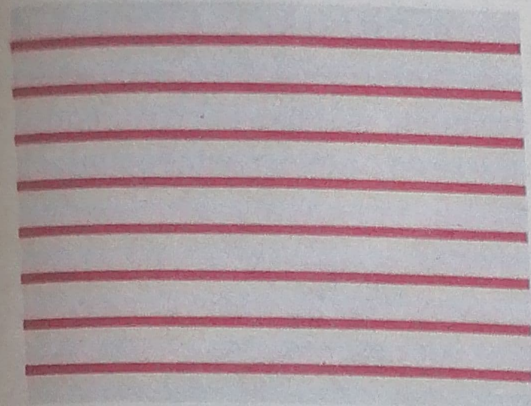
A poco a poco la camicia si è snellita, si è asciugata: vedere, per credere, il film *J. Edgar* di Clint Eastwood, in cui Leonardo DiCaprio sciorina una storia della camicia, dagli anni Venti agli anni Sessanta. Nel dopoguerra questo fatale indumento ha rubato lo stile mascolino e funzionale delle divise mili-

tari, si è modellato in pieno candore sulle foto del giovane John Fitzgerald Kennedy per lasciare poi, striminzito e cortissimo, i John Travolta di tutto il mondo negli anni ruggenti. Comunque sia, di fatto, nei decenni è diventata l'emblema del comfort elegante ed evocativo addosso ai più avventi maschi cinematografici: da Cary Grant a Christian Bale, da Steve McQueen a James Franco: di volta in volta né larga né stretta, né opulenta né risicata. Insomma, giusta.

Ma la sua autentica bellezza, di questi tempi, è prima di tutto questione di stoffa. «Occhio ai tessuti: molti arrivano dall'estero a prezzi irrisori, 20-25 centesimi al metro contro i 40-45 euro richiesti per quelli prodotti in Italia, e non danno alcuna garanzia né sulla qualità delle materie prime, né su finissaggi e coloranti che possono conte-

nere sostanze nocive, come nickel e piombo. Ricordiamoci che la camicia è un capo di biancheria che sta a contatto con la pelle, da scegliere dunque con estrema cura» mette in guardia Alessandro Siniscalchi, figlio d'arte – il papà Vittorio debuttò nel 1948 – e gran camiciaio a Milano, re del su misura.

«Qualità garantita, creatività e servizio al cliente sono alla base dei prodotti italiani di questo settore» fa eco Silvio Albini, presidente del Consorzio italiano dei produttori di tessuti per camiceria e di Milano Unica, la fiera internazionale del tessile. «È la forza del made in Italy che ci fa avere successo nei Bric (*Brasile, Russia, India e Cina*, ndr) e aprire nuovi mercati, dalla Turchia all'America Latina». L'azienda di cui è presidente, Albini Group, ha rilevato nel 1992 due antichi marchi inglesi, David & John Anderson e



---

RIGHE, RIGHINE, RIGONE E DOPPIE RIGHE

Voile a fondo bianco **gessato**, Bonfanti. **Zephir** a piccoli quadrati, Grandi e Rubinelli.

**Misto lino e cotone** con righe alterne, Carlo Riva.

**Voile** con fondo celeste a righe azzurre, Albini.

---

Thomas Mason con i loro prestigiosi archivi dal 1796, riportandoli a nuova vita. Fiore all'occhiello: il Millennium Star 330/3, la stoffa dal tocco setoso in triplo ritorto, nata cioè dall'unione di tre fili sottilissimi di cotone Giza 45, il più pregiato Extra Long Staple, cresciuto nelle piantagioni Albini di Kafir S'Ad a Est del delta del Nilo e coccolato fin dalla nascita dal produttore bergamasco.

Dunque, anche alla base di una grande camicia già pronta stanno i grandi tessuti italiani: lo sanno bene Mario e Raffaele Barba, napoletani doc, che hanno acchiappato il testimone dal padre Antonio, amato dalla Napoli bene fin dagli anni Sessanta, portando l'azienda a circa 14 milioni di fatturato. Lo sanno bene gli Inghirami, aristocrazia della camicia in Sansepolcro, Arezzo, «benedetti» da single e casalinghe per l'invenzione di

CottonsStir, il modello che si lava, si appende e non si stira, una performance sempre più diffusa grazie a sofisticate lavorazioni che sfruttano l'elasticità e la torsione naturale dei filati, senza l'aggiunta di elastomeri.

Naturalmente, un grande manufatto vuole anche un bravo camiciario: o meglio, una brava camiciaria. «In questo settore l'uomo disegna e taglia, ma è la donna che cuce» spiega Siniscalchi. Vero guru del bespoke, conserva i cartamodelli dei clienti in capaci scatole con cui è tappezzata un'intera parete del suo atelier: in ordine alfabetico qui c'è il Gotha aristocratico e industriale di mezzo mondo. I segreti di un bel su misura? Un fiume: «Primo, i tempi di lavorazione, che devono per forza essere lenti: una prima prova in telina, una seconda in tessuto, quindi il cliente usa l'indumento e lo lava almeno

quattro o cinque volte, poi ce lo riporta. Noi lo smontiamo e ritocchiamo i punti di usura e di sforzo. Solo a quel punto il modello è definitivo e calza a pennello». Fra i dettagli cuciti a mano, il carré ribattuto in modo invisibile, la spranghetta che rifinisce le cuciture sui lati, l'accuratezza degli occhielli, tagliati in verticale (tranne quello sul collo) per garantire l'aplomb anche dopo un lauto pasto. Un intero capitolo è dedicato alla scelta del giusto bottone: vera madreperla australiana, diametro 16 millimetri, altezza quattro, tranne che al collo e ai polsi. Per non parlare della sua attaccatura: «Tre punti che si diramano dal foro inferiore e facilitano l'allacciatura del bottone con un minimo "gioco"». C'è chi lo chiama gliuuccio: «Mi faccia il piacere: mio papà lo ha sempre chiamato "a zampa di gallina"».



MILLERIGHE

---

Le righe, sottilissime, cercano il colore.  
E lo trovano, bello vivo, nella cintura.



BIANCO

---

Il white, per definizione, non stona.  
Si accompagna a tutto.



BICOLORE

---

Quando la camicia già riporta un colletto  
a contrasto, il resto può essere monotono.

