

Dorotheum e Capital  
**Il Gioco dell'Asta**

C

Mensile di *Classeditori*

DENARO  
TEMPO LIBERO  
ECONOMIA  
COSTUME

Numero 314 (Nuova serie) Aprile 2006

€ 4

# Capital

Grandi marche

**Il segreto  
di Valentino**

Porti

**Dove tenere  
la barca**

I migliori...

**Avvocati per  
vincere nel mondo**

Carriera in...

**La scossa all'Enel**

Guida

**Dubai,  
sognare esentasse**

Scenari

**La ripresa è partita  
in Lombardia**

Salute

**Regolare  
il testosterone**

Buone maniere

**Regalare lingerie**

**MATTEO E LUCA CORDERO DI MONTEZEMOLO**

# Vincere da figlio





*Larusmiani manda ogni giorno a Londra un addetto per prendere le misure agli uomini d'affari della City. Brioni imbarca un esperto con forbici e spilli sul jet per raggiungere il cliente ovunque sia, anche a bordo del suo yacht. Loro Piana ha inventato un servizio per i luoghi di vacanza. E Caraceni fa qualche eccezione... Ecco nomi, costi e indirizzi delle grandi sartorie che offrono un servizio molto esclusivo: il sarto a domicilio*

## Indovina chi viene a casa?

di Giusi Battaglia

**P**er gli imprenditori, i professionisti e in generale per chi ha poco tempo e vuole un abito impeccabile, la soluzione è il sarto a domicilio. Le grandi sartorie che forniscono questo servizio sono poche ed esclusive, ma chi si prende questo impegno garantisce il miglior risultato nel più breve tempo possibile. Funziona così: il sarto viene messo su un'auto o su un aereo, a volte prelevato anche dal jet privato del cliente, a seconda della destinazione da raggiungere: New York, Sud America, Parigi, Mosca e, naturalmente, l'Italia. Ha con sé spilli, forbici, metri e gli altri strumenti del mestiere, oltre al catalogo dei tessuti e dei modelli. Si può avere il sarto a

casa propria, in azienda, ma anche sullo yacht o nella villa delle vacanze. Alcune grandi firme dell'alta sartoria fanno eccezioni solo per particolari clienti, come la storica griffe Ferdinando Caraceni di Milano che si muove soltanto per servire Silvio Berlusconi o Philip e Spyros Niarchos. Altri, come Larusmiani, si sono specializzati per soddisfare in ogni modo le esigenze di chi vuole ottimizzare il

*Sopra, una giacca semilavorata di Brioni, che fin dal 1945, anno in cui nacque il marchio, realizza a domicilio abiti di alta sartoria. Tra i clienti, anche Kofi Annan.*



Sopra, un sarto di Larusmiani durante il disegno di un modello: un momento importantissimo per la definizione dell'abito. Accanto, una delle macchine per cucire utilizzate dalla Sartoria De Luca, che realizza solo abiti su misura e quasi tutti a domicilio.



simo tempo, anche se si deve andare ad Arcore, il sarto riesce a fare tutto, poiché, se non cambia il peso e quindi la taglia, utilizziamo sempre le stesse misure. Berlusconi chiede in genere quattro-cinque capi all'anno. Per lui utilizziamo tessuti che vadano bene sia in estate sia in inverno. Prima era un amante del grigio e del doppiopetto. Adesso preferisce il gris-blue e l'abito a un solo petto. È un cliente che non fa molti capricci, cordiale e gentile».

Stesse doti accomunano gli armatori Philip e Spyros Niarchos, il barone Benjamin De Rothschild e Yves Saint Laurent. «Anche per loro ci mobilitiamo», prosegue la Caraceni, «cercando di raggiungerli ovunque siano. I Niarchos li visitiamo spesso a Montecarlo o a St. Moritz. L'ultimo appuntamento ce l'hanno dato sulla loro lussuossissima imbarcazione, l'Atlantis, orneggiata a Venezia. Fantastico gentiluomo e nostro affezionato cliente anche Yves Saint Laurent, così come è stato il banchiere Benjamin De Rothschild». Dall'ordine al prodotto finito, realizzato a mano, passa circa un mese e mezzo. Il prezzo dipende dalla qualità del filato e dalla distanza da coprire per inviare l'addetto della Caraceni.

**Loro Piana**, un altro punto cardine per l'eleganza maschile, è molto sensibile alle esigenze dei clienti e cerca di assecondarne ogni desiderio. «Il nostro servizio a domicilio», spiega Sergio Loro Piana, presidente e co-amministratore delegato del gruppo, «è nato nel 1998, all'indomani dell'apertura del primo monomarca Loro Piana a Milano. Abitualmente è richiesto da uomini e donne di alto profilo, parecchio impegnati, con poco tempo da dedicare allo shopping, ma anche per tutelare la loro privacy. In Italia i luoghi più frequenti sono Milano e Roma, ma ci chiamano spesso da Parigi e da New York. Molto gettonate le località di villeggiatura, come la Costa Azzurra o i porti più esclusivi, dove attraccano gli yacht dei nostri clienti durante le vacanze. Anche per questo è nato *Loro Piana at sea and in the air*, un servizio dedicato agli appassionati del mare che desiderano il massimo della qualità, anche in volo. Il cliente può anche scegliere di farsi fare, secondo i propri gusti e per le esigenze, le divise dell'equipaggio. Mediamente», continua Loro Piana, «il servizio a domicilio è richiesto una decina di volte l'anno. Disponiamo di numerosi sarti che usiamo a seconda del luogo da raggiungere: di solito inviamo il responsabile del su misura del negozio monomarca più vicino al committente. La richiesta avviene per più di un abito, anche se a chi si avvicina a noi per la prima volta proponiamo intanto di realizzarne uno, in modo che il cliente possa provare il tessuto, il taglio, i dettagli e poi, con soddisfazione, ordinarne altri. Dalla prima prova alla consegna passa in genere poco più di un mese. I prezzi sono forniti su richiesta precisa di tempi e luoghi da raggiungere.

Esclusivamente abiti su misura e solo a domicilio: è la linea della **Sartoria De Luca** con sede a S. Ambrogio di Valpolicella, in provincia di Verona. Due giovanissimi imprenditori, Giuseppe Mero e Luca Girimondo (quest'ultimo nipote del fondatore Giuseppe De Luca), hanno deciso di investire su questo servizio, che si sta espandendo. Prima solo il Nord Italia, adesso anche l'estero: «Ogni mese», racconta Luca Girimondo, «vado a Barcellona, a casa, in ufficio o in azienda, prendo io stesso le misure, faccio scegliere le stoffe, porto il lavoro al sarto e, nel giro di quattro settimane, l'abito è pronto. A un prezzo medio molto accessibile: 1.000 euro in media. Tra le città più battute, anche Shanghai, Mosca, Kiev. I nostri clienti sono solitamente uomini d'affari, politici, uomini di spettacolo. Essendo ancora un'azienda poco nota, ci facciamo conoscere attraverso il passaparola o sponsorizzando manifestazioni sportive legate soprattutto al golf e alla vela. A parte la qualità dei tessuti, il nostro segreto è la garanzia della realizzazione esclusivamente artigianale: siamo riusciti a conciliare il gusto della sartoria campana, che ci ha tramandato mio nonno che era salernitano, con lo stile elegante e sofisticato del Nord, in cui viviamo e lavoriamo». ■