

L'evoluzione Pendolare fra Vicenza e Parigi. Le asole d'oro per lo sceicco

Doppiopetto maschile Quei dettagli inglesi che fanno la differenza

Lo stilista di Pal Zileri: 180 passaggi per giacca

Quelli che sperimentano

Lucia, trentenne, trucco impeccabile, cuce a un velocità sorprendente la fodera del giromanica di una giacca blu sulle note di *C'è chi dice no*. Sono le rifiniture dei completi maschili del gruppo Forall, azienda di Quinto Vicentino che produce Pal Zileri, venduto in 70 Paesi: Europa, Far e Middle Est

(140 milioni di euro il fatturato del 2011). Gli 850 lavoratori, per l'80% donne, sono distribuiti nelle tre palazzine ricavate da quella che fu la villa di campagna di un signorotto di Vicenza, racconta Manuela Miola, direttore comunicazione e figlia di uno dei due fondatori dell'azienda. «Fine anni 70, nascevano gli Armani... Con il socio Gianfranco Barizza abbiamo cavalcato l'onda della moda prodotta in serie» ricorda Aronne Miola. «Ma l'evoluzione è inesorabile. Oggi è impossibile restare in piedi solo con il mercato interno. All'estero la nostra bandiera è rimasta il Made in Italy, qualità, stile e dettagli artigianali». E nel Nord Est, capita che a difendere la qualità italiana sia un fran-

cese: Yvan Benbanaste, 40enne, il direttore creativo che si divide tra Parigi e Vicenza. «Avete una miniera d'oro ma le istituzioni non se ne rendono conto», dice accarezzando i tartan e le lane che va a scegliere nelle aziende del Biellese: Fratelli Italia di Delfino e Loro Piana. Elegantissimo in un completo pied-de-poule con panciotto, Yvan illustra l'evoluzione dell'abito maschile. A cominciare dalla giacca «viaggiatore» (nei negozi da luglio): tessuto tecnologico, antipioggia, traspirante, antibatterico.

«L'uomo riscopre l'eleganza inglese, aggiornata al gusto contemporaneo», spiega. Come? «Il doppiopetto si riduce a un petto e mezzo (7,50 cm). Il rever con impuntura sartoriale (0,7 cm), ha una forma a lancia. Le maniche sono più strette e la giacca più corta: da 76 cm si è scesi a 73-71». Il pantalone a vita medio alta si è ristretto in fondo (19 cm). E torna il risvolto dal gusto sartoriale, «ma non per me, gli stilisti non lo portano», scherza Yvan. Si passa nella stanza delle camicie realizzate con tessuti Albini e Thomas Mason. «Per il tempo libero abbiamo creato il mosaico, bi, tri-colore, a righe mattonne effetto piqué o micro quadro: portandola aperta svela il bordino del colletto nello stesso tessuto lavorato in sbieco. La moda incita l'uomo a giocare con tar-

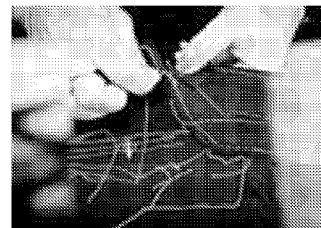
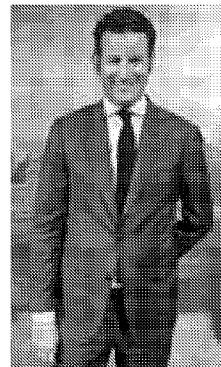
tan e gessati con la riga nei toni del prugna, colore del prossimo inverno da mischiare a blu e marron». Un abito «programmato» richiede sei ore di lavoro — 180 i processi — che diventano 9 nel caso della linea sartoriale. «Servono 15 minuti per rifinire un'asola. Ma è la costruzione della giacca a fare la differenza», spiega il caporeparto mettendo a confronto i due davanti: quello in serie è termosaldato con una membrana adesiva che ne garantisce la tenuta perché «la lana è viva, tende ad allungarsi con l'umidità». L'altro, sartoriale, è accoppiato al canape in crine di cavallo. «Operazione che rende la giacca più leggera e confortevole», commenta Manuela Miola. I completi arrivano al collaudo finale attraverso un tunnel sotterraneo climatizzato: tra le giacche spiccano quelle rosa di Moschino, marchio prodotto in azienda insieme con Cerruti 1881 e Borsalino. Ogni anno dalla Villa escono 130 mila blazer, 250 mila pantaloni, 220 mila camicie: il 70% spediti all'estero. Con clienti capricciosi come l'arabo che chiesto le asole in filo d'oro come il nome ricamato sulla fodera della giacca.

Maria Teresa Veneziani

REPORTAGE PRIVATI



Francese Yvan Benbanaste, 40enne, da sei anni direttore creativo di Pal Zileri



Sartoriale Un dettaglio della linea sartoriale, fiore all'occhiello dell'azienda di Quinto Vicentino