



In questa pagina, un collo mezzo francese di una camicia su misura in cotone Thomas Mason Panama, caratterizzata dal primo bottone con il bordino dorato e l'incisione al laser «Borriello». I prezzi partono da 150 euro per il pronto, da 170 per il made to measure e da 220 euro per il su misura. Nell'altra pagina, la famiglia Borriello: da sinistra, Salvatore Costabile, supervisore, Monica Costabile, sarta e responsabile del controllo qualità, Clelia Borriello, capo reparto del laboratorio e Fabio Costabile, manager e responsabile della produzione pronto e su misura.



▲ I MAESTRI DELL'ASOLA

La camiceria Borriello di Napoli è fiera ambasciatrice della manualità partenopea nel mondo. Conta su sapienza decennale, una struttura aziendale poderosa e dettagli che fanno la differenza

DI ALESSANDRO BOTRÉ
FOTO DI STEFANO TRIULZI

LA FAMIGLIA È TUTTO



I MAESTRI DELL'ASOLA

LA SIGNORA CLELIA BORRIELLO È IL PROTOTIPO DI DONNA INTRAPRENDEnte E TENACE, DI QUELLE IN GRADO DI RISOLLEVARE LE SORTI DI UN PAESE DOPO UNA CATASTROFE SEMPLICEMENTE RIMBOCCANDOSI le maniche e dando l'esempio perfino a molti uomini. È lei la capostipite e la scintilla della camiceria Borriello. Ma senza l'appoggio di suo marito e dei suoi figli, questa eccellenza partenopea del saper fare non sarebbe certo quello che è diventata oggi. Era la fine degli anni 70, quando la giovane Clelia era impiegata come camiciaia in vari laboratori napoletani. Iniziò a lavorare anche in casa, aprendo in seguito un piccolissimo laboratorio che faceva anche da terzista per altri negozi. L'attività andava bene, così iniziò a collaborare con l'Olimpo: Kiton, Rubinacci e Borrelli. Nel contempo il marito Salvatore, che lavorava per la Fiat, lasciò il suo impiego per aiutarla. Avevano ben una decina di persone con loro. Nel 1998 salì a bordo anche il figlio Fabio, di cognome Costabile come il padre, che imprimerà il definitivo slancio all'azienda di famiglia. «All'epoca stavo svolgendo studi forensi», racconta Fabio, oggi 41enne, «ma per quanto mi soddisfacessero preferii fornire il mio supporto in bottega. La passione che mi lega a questo lavoro mi ha permesso di fare sempre bene e sempre meglio, c'è tanto da imparare. Nel 2005 abbiamo deciso di lanciare il nostro marchio, Borriello, forti delle conoscenze acquisite in tanti anni. Da 12 anni abbiamo preso a distribuirlo in tutto il mondo: America, Giappone, Germania, Austria, Svizzera, Spagna, Scandinavia, Polonia... Siamo presenti nei migliori department store e boutique. A Milano, per esempio, siamo da Eral 55, da The Store, da Pupi Solari, da Guarino. Contiamo circa 250 clienti, di cui il 60% esteri e il 40% italiani».

La camiceria è organizzata e massiccia: nella sede del quartiere Barra lavorano circa 30 persone, più un'altra trentina di collaboratori esterni. Le camicie pronte assorbono il 75% del volume prodotto, mentre il restante 25% è su misura: una percentuale notevole, quest'ultima, se si pensa che possono arrivare a produrre 45mila capi all'anno, circa 150 al giorno. «Per quanto riguarda il su misura», spiega Fabio, «possiamo prendere le misure sia da noi in azienda sia presso i nostri rivenditori, o altrimenti organizziamo trunk show dai rivenditori stessi o in strutture alberghiere. I giapponesi sono in assoluto i più curiosi sui dettagli, spaccano il capello in quattro. La maggior parte degli ordini li riceviamo via email dai nostri clienti: vanno in sala taglio e quindi in lavorazione. In due settimane riusciamo a evadere l'ordine se si tratta di un cliente già acquisito, di cui abbiamo i cartamodelli. Con un cliente nuovo invece dopo otto giorni facciamo la prima prova e dopo altri 15 giorni consegniamo la camicia». Tempistiche molto brevi, proprio grazie alla loro strut-

Qui a sinistra, una scheda cliente su misura con un paio di forbici da sarto. Nell'altra pagina, dal basso, da sinistra e in senso orario, fase di ricamo a mano del giromanico; si noti il perfetto combaciare delle righe; presa di misura sul torace; la schimatura, ovvero la rifinitura del prodotto tagliando i fili in eccesso; taglio a mano di un cartamodello. Le camicie su misura Borriello contano almeno otto passaggi manuali, e fino a 16.



I MAESTRI DELL'ASOLA

tura. Continua Fabio: «Tutte le camicie delle quali prendiamo noi le misure le gestisco io personalmente; quando ci occupiamo dei su misura inviati dalle boutique lavoriamo invece in due modi: nel primo con le misure prese anatomicamente sul cliente, che ovviamente dovranno essere state prese da una persona competente, nel secondo caso con dei capi tester che i clienti provano, sui quali si segnano le modifiche. In questa seconda ipotesi non sarà definito bespoke ma made to measure. I passaggi a mano sono tanti: dai canonici otto fino a 16, ovvero quasi tutta la camicia fatta a mano. Le nostre caratteristiche sono la manica a mappina, spostata sul davanti con la cucitura del busto che non si sposa quindi con quella della manica, che è circa 1,5 cm più avanzata; il combaciare rigoroso delle righe e dei quadri; il fatto che il collo resti sempre "alto" anche sbottonando la camicia, dettaglio che otteniamo con un taglio particolare sotto lo scollo e sotto il solino; poi il polsino tagliato obliquamente, un vezzo, o il primo bottone delle camicie su misura con il bordo dorato. Possiamo realizzare qualsiasi cosa, ma davanti a una richiesta non tecnicamente giusta lo facciamo presente, consigliamo con flessibilità affinché il cliente abbia sempre il massimo della comodità. Come tessuti utilizziamo Thomas Mason, Albini, David & John Anderson, Sictess, Alumo, Carlo Riva».

Chiedo dunque a Fabio cosa significhi essere ambasciatori della sartoria napoletana nel mondo e quale avvenire si delinei secondo lui: «È un onore e un riconoscimento che gratifica il lavoro da artigiani che svolgiamo», risponde con enfasi mediterranea. «Dimostriamo sempre di più il nostro manufatto napoletano, i nostri canoni, la differenza con l'industriale internazionale. La manica messa come una giacca, con un'unica cucitura dal busto al giro permette comodità nei movimenti, di guida, quando alzi il braccio la camicia non esce dai pantaloni. Sono dettagli che fanno la differenza. Oggi ahimè c'è sempre meno manualità, meno personale che vuole coltivare quest'arte. Perché? Viene visto come impegnativo, ma tante persone, soprattutto donne, non capiscono che intraprendendo mestieri come questo possono imparare un'arte che poi trasmetteranno di generazione in generazione. Cosa che io proverò a fare con le mie due bimbe. In diverse aziende ho visto dei passaggi di testimone e spero che sarà così anche per la nostra. Noi siamo in espansione e penso che rimarrà sempre questa artigianalità; sono anche convinto che oggi c'è sempre più difficoltà a vendere il brand affermato, c'è una vastissima offerta rispetto alla domanda, offerta di prodotto realizzato all'estero con prezzi bassissimi e ricarichi altissimi; dunque tra il mettere in sconto questo prodotto e il mercato online si è creato un marasma nel promuovere e vendere un capo. Sono fiducioso quindi nella crescente ascesa del prodotto, e meno dei brand».

A fianco, dal basso, da sinistra, ricamo delle cifre; tab collar realizzato su denim di Albiate: in genere lo si applica a tessuti più formali, il laccetto ha la funzione di alzare il nodo della cravatta con il suo spessore; parte dei bottoni in madreperla australiana, in vari spessori e diametri; pin collar tondo; passaggio a macchina del carré. Nell'altra pagina, Fabio Costabile con una camicia in popeline di Alumo (borriellonapoli.it).

