

Nuovi imprenditori

Con la stampa laser le tele d'artista diventano foulard

L'atelier "A. Quaranta Locatelli" selezionato da «Napoli Eccellente» Sete comasche, sartoria partenopea

Diletta Capissi

Silvana Di Giovanni, napoletana di 48 anni, è l'amministratrice dell'azienda sartoriale «A. Quaranta Locatelli», nata nel 2008, che produce accessori in seta: cravatte molto curate, ascot, foulard che riprendono disegni ed opere di tre artisti contemporanei Midori Mc Cabe, Antoh Mansueto e Paolo Manazza (rispettivamente giapponese, napoletano e milanese). La prima linea di foulard è stata realizzata attraverso un processo digitale che ha elaborato le tele di questi artisti. La società è stata selezionata dalla Fondazione Valenzi tra le 23 imprese di qualità nell'ambito della mostra fotografica "Napoli Eccellente". Alle spalle un passato di

bancaria a Milano e poi il rientro a Napoli nel '94 per la nascita del figlio e la voglia di coltivare la sua passione: la manualità. Silvana esprime una forte vivacità e creatività nella scelta dei disegni e nella cura dei particolari sartoriali: non a caso cuce lei stessa il travetto all'interno delle cravatte.

«L'idea - racconta la Di Giovanni - è nata per caso già nel 2008 attraverso Internet perché la società ha cominciato ad esistere come negozio online con le cravatte a sette pieghe in seta. Per le materie prime ci siamo rivolti alle aziende più grandi come Canepa e Mantero di Como, mentre per la sartoria ci affidiamo alla sapienza della manifattura napoletana». Davvero basta navigare sul web per mettere su una società? «No - sorride Silvana - ma la Rete ti aiuta a rafforzare la tua idea, a sviluppare e scegliere i contatti giusti: infatti l'artista giapponese Midori Mc Cabe l'ho conosciuta su internet. Mentre apprezzavo i suoi dipinti si è appassionata ai nostri prodotti e così dalle nostre conversazioni, nel 2010, è venuta fuori una linea di foulard unica. Possono diventare essi stessi quadri: una volta incorniciati, arricchiscono gli spazi espositivi come è successo a Milano».

E la tecnica di riportare su seta i disegni? «Abbiamo prima sperimentato poi realizzato il prodotto: le opere dense di colori sono trasferite su seta grazie alle nuove tecniche di stampa laser». Chi cura l'immagine dell'azienda? «La curo io personalmente. Ne è esempio la realizzazione del packaging: le buste bianche con lo stemma di famiglia, ricostruito da uno zio attraverso una ricerca araldica». Tutto molto bello. Ma i soldi per iniziare di chi erano? «Miei e di mio marito che è anche

socio». Quello della moda e della creatività per le cravatte è un settore molto competitivo. A Napoli ci sono molti marchi importanti: uno per tutti Marinella... Silvana è netta: «Non può esistere competizione con il marchio Marinella. Anzi, la sua reputazione aiuta anche noi che siamo all'inizio». Ma è stato difficile penetrare questo mercato sartoriale? «Paradossalmente la crisi ci ha aiutato. Abbiamo avuto un significativo riscontro prima sui mercati dell'Europa dell'Est, poi successivamente in Corea, Spagna, Inghilterra. Puntiamo anche al mercato locale perché è fondamentale radicarsi sul territorio: per questo abbiamo pensato all'atelier di via Morelli». E come riesce a catturare i giovani così refrattari alla cravatta? Silvana sorride: «Con questa pochette che cucio recuperando tutti gli scarti della seta. Ha avuto successo tra quei giovani che non mettono la cravatta ma che ricercano un tocco di eleganza». Il Mezzogiorno in tre parole: «Una risorsa. Per tutta l'Italia».



A. Quaranta Locatelli
N a p o l i