

I GOLFISTI PIÙ PAGATI DEL MONDO

DENTRO LE SARTORIE DI NAPOLI

INVESTIGATION
EUROPA,
LA RISCOSSA
TECNOLOGICA

CROCIERE, LE MIGLIORI ROTTE D'ESTATE

VIETNAM, LA MINIERA D'ORIENTE

Forbes

ITALIA

Italia 4,90 euro - CH CT 11,90 CHF - Côte d'Azur 9 euro - Anno 10 - N° 106 - Agosto 2026 - Periodicità: mensile - Prima immissione: 13/08/2026
Mensile - Poste Italiane SpA - Spedizione in abbonamento postale D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) Art. 1 comma 1 LO/MI

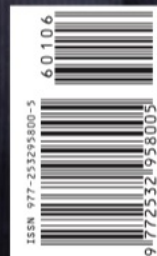
Classifiche

**I 50 cfo
più influenti
d'Italia**

COVER STORY

ORO BIANCO

FRANCESCO CASILLO,
PRESIDENTE E AD DI CASILLO GROUP



A cura di **Piera Anna Franini**



La Confraternita dei **sartori di Napoli** nasceva nel 1351. Sette secoli dopo, la città e la provincia sono ancora tra i principali poli dell'eleganza italiana.

Maison che esportano in tutto il mondo affiancano una costellazione di laboratori. E ora il distretto punta anche all'indicazione geografica dell'Ue

T

Taschini a barchetta, ovvero dalla morbida linea riservata anche per il collo 'a baffo', spalle destrutturate poiché libere da imbottiture, fodere ridotte all'essenziale, maniche leggermente più corte che lasciano intravedere il polsino della camicia. Vezzi estetici di giacca? No, semmai dettagli che raccontano un'intera cultura manifatturiera, il linguaggio sartoriale nato tra Napoli e la sua provincia, con vetta in Casalnuovo, cittadina ad altissimo concentrato di famiglie - con rispettive aziende - che hanno fatto la storia della sartoria locale. Ora l'obiettivo è trasformare tanto fermento in un marchio identitario riconosciuto e protetto. Napoli intende fare con la sartoria ciò che Parma ha fatto con il prosciutto o Murano con il vetro: trasformare un intero ecosistema produttivo in un'indicazione geografica riconosciuta dall'Unione europea. È iniziato l'iter per ottenere l'indicazione geografica della sartoria napoletana, strumento inteso a tutelare le eccellenze manifatturiere strettamente legate a un territorio. L'obiettivo non è certificare un singolo marchio, ma un ecosistema. In tal senso, molto sta facendo Le mani di Napoli, l'associazione che riunisce gli artigiani della moda e dell'alta sartoria del territorio, che in giugno ha lanciato a Firenze The Art of Tailoring & Craftsmanship - A Global Dialogue, il primo forum internazionale interamente dedicato alla sartoria.

La sartoria napoletana è un sistema produttivo ad alta intensità di competenze, capace di trasformare un pezzo di stoffa in opere d'arte. Ogni abito nasce

dal lavoro coordinato di decine di professionalità: modellisti, tagliatori, sarti, stiratori, ricamatrici, specialisti delle asole, confezionisti. Una filiera nella quale formazione, manifattura e artigianato convivono nello stesso territorio, generando quella densità di saper fare che rappresenta il vero vantaggio competitivo del comparto.

Uno stile autentico, poiché espressione di un territorio: Napoli è forte di un clima mite non consono alle giacche rigide dell'aristocrazia inglese. Via quindi le

Il riconoscimento dell'indicazione geografica non serve a proteggere un'etichetta, ma a tutelare un patrimonio industriale fatto di mani, botteghe, imprese e conoscenze



Fabio Sodano ha creato una delle principali nuove realtà della sartoria napoletana.



imbottiture, alleggerite le fodere, maggiore libertà di movimento e traspirabilità. La giacca napoletana è pensata per essere una seconda pelle: segue il corpo anziché costringerlo. È questa morbidezza, più ancora della costruzione sartoriale, ad averla resa riconoscibile nel mondo.

Le radici sono profonde. Già nel 1351, quando Napoli era capitale del Regno, nasceva la Confraternita dei sartori. Nel Seicento risultavano censiti oltre 600 artigiani autorizzati. Dopo il declino del Settecento, schiacciata dall'egemonia di Parigi e Londra, la scuola napoletana conobbe una nuova stagione nell'Ottocento. Nel 1807 si contava un sarto ogni 150 abitanti, un dato che restituisce meglio di qualsiasi altra statistica quanto il mestiere fosse radicato nella società. Il Novecento ha trasformato le botteghe in maison. È sul lungomare che un tempo calamitava l'alta società napoletana - quella che ora non si perde una prima al Teatro San Carlo, sempre vetrina di stile - che nel 1914 prese forma una bottega di appena 20 metri quadrati, dove Eugenio Marinella volle ricreare un angolo britannico firmando cravatte poi diventate icone, esposte pure al MoMa di New York. Cravatte amate da Mastroianni e Luchino Visconti, teste coronate, tra cui l'ultimo re d'Inghilterra, e capi di Stato, da Kennedy a Gorbaciov, fino ai presidenti della Repubblica italiana. Berlusconi in tre anni ne acquistò 1.200, facendone doni natalizi.

Sempre in tema di nomi chiave della sartoria napoletana, la mente va a Cesare Attolini, che con il padre Vincenzo rivoluzionò la giacca maschile, negli anni

Trenta stravolse lo stile rigido e imbottito britannico creando un capo leggero, morbido e avvolgente come una camicia. Da quella tradizione sono nate alcune delle imprese più importanti del lusso italiano. Kiton, fondata da Ciro Paone e oggi guidata dal nipote Antonio De Matteis, supera i 230 milioni di euro di fatturato, è presente in 75 mercati e conta circa 85 dipendenti distribuiti in cinque stabilimenti italiani da Arzano a Biella. Isaia, con sede a Casalnuovo, 50 dipendenti, fatturato intorno agli 85 milioni, mantiene gran parte della produzione rigorosamente manuale. Debuttò come bottega di tessuti, evolvendosi in sartoria nel 1957 con tanto di sigillo, impresso, con un corallo rosso. Accanto alle maison vive una costellazione di laboratori che costituisce il vero patrimonio del settore. Casalnuovo non è chiamato 'il paese dei sarti' per caso. Interi famiglie hanno tramandato il mestiere di generazione in generazione, formando maestranze che ancora oggi alimentano l'intera filiera. Qui sono nate molte delle firme più note dell'alta sartoria, mentre nuove realtà, come quella di Fabio Sodano, testimoniano la capacità del distretto di rigenerarsi. La storia di Sodano riassume le dinamiche che di questo distretto. Mosse i primi passi accompagnando il nonno nel suo lavoro di commerciante di tessuti pregiati. Da ragazzo entrò in contatto con artigiani e maestri dell'arte sartoriale, frequentò la Scuola di alta sartoria Kiton e diventò apprendista. Iniziò a operare nelle sartorie fino al 2012, quando lanciò la propria maison. Oggi collabora con Hollander and Sherry, fornitore di fiducia della sartoria, insieme a Loro Piana, Zegna, Drappers, Vitale Barberis Canonico.

La forza del distretto sta anche nella capacità di contaminarsi con gli altri simboli della città. Maison Cilento 1780, storica sartoria napoletana, ha realizzato con il Teatro San Carlo una collezione di cravatte e foulard ispirata alla volta affrescata da Giuseppe Cammarano. Un esempio di come il patrimonio culturale possa diventare valore economico rafforzando l'autenticità. Non solo: è il segno di quanto la manifattura napoletana continui a nutrirsi della cultura della città. Tra i mercati più sensibili alla sartoria napoletana spicca il Giappone, da decenni uno dei principali estimatori di questo equilibrio tra rigore artigianale e leggerezza stilistica.

È questa combinazione di storia, concentrazione di competenze e continuità produttiva a spiegare perché Napoli chieda oggi il riconoscimento dell'indicazione geografica. La sfida non è proteggere un'etichetta: tutelare un patrimonio industriale fatto di mani, botteghe, imprese e conoscenze che nessun singolo marchio, da solo, potrebbe rappresentare. Il vero valore competitivo della sartoria napoletana non è una giacca, ma l'ecosistema che la rende possibile. **F**