

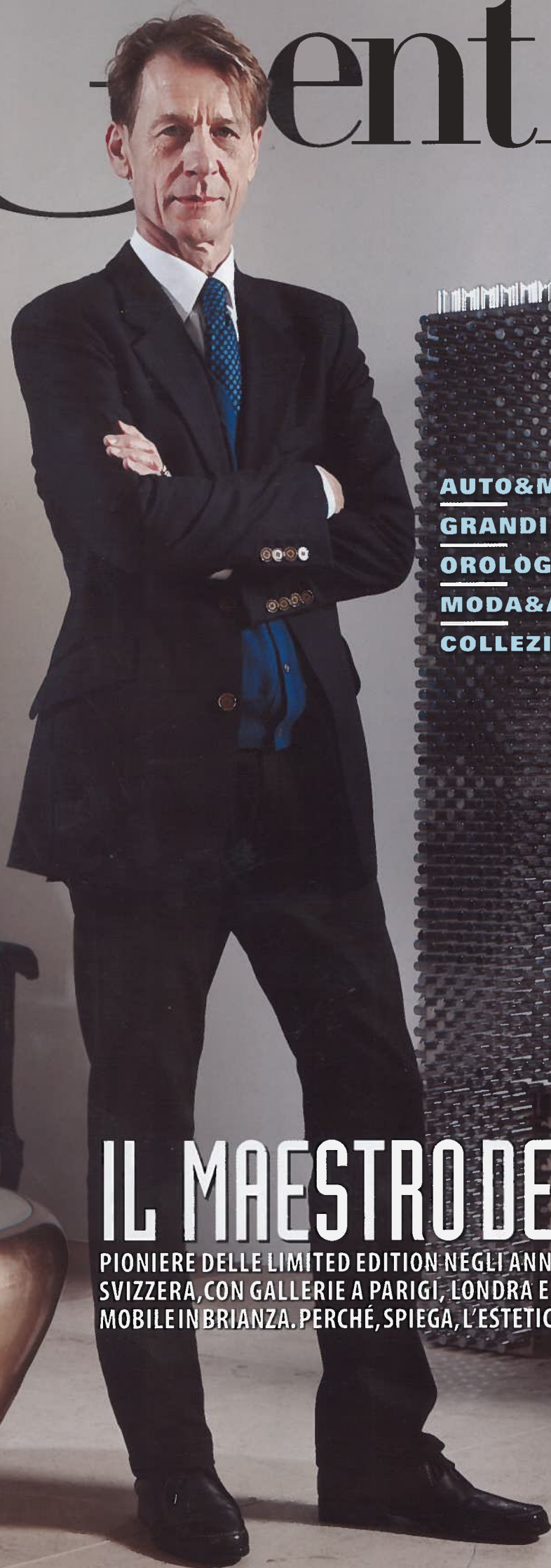
D € 7,50 - PT € 10,00 - UK € 5,00 - USA € 8,00 S. Da abbattere obbligatoriamente ed escludere nei giorni indicati: venerdì 1 marzo solo con Mercati Finanziaria euro 3,50 (2,30+1,20); martedì 5 marzo solo con ItaliaOggi a euro 3,50.

MF ItaliaOggi
il quotidiano
dei mercati finanziari
QUOTIDIANO
ECONOMICO, GIURIDICO
E POLITICO

NOVITÀ IN LIBRERIA
GENTLEMAN'S STYLE

Gentleman

IL MENSILE PER GLI UOMINI CHE AMANO LA VITA - NUMERO 145 - MARZO 2013



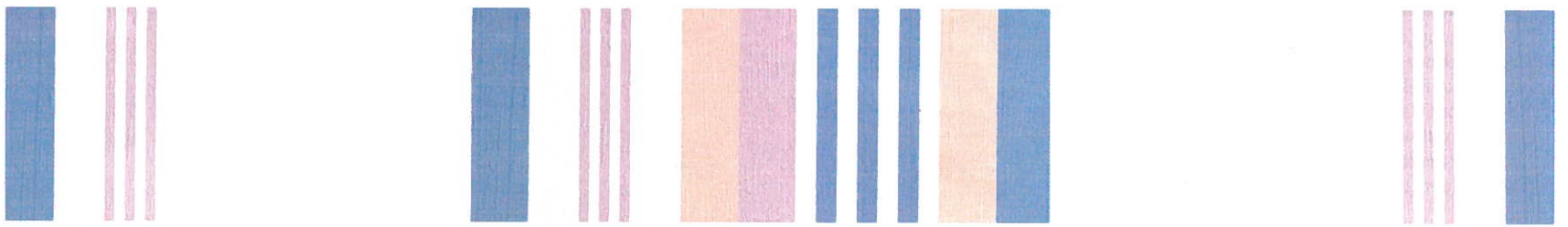
Mattia Bonetti,
61 anni, fotografato
da Jude Edginton
tra le sue creazioni.

AUTO&MOTO
GRANDI FAMIGLIE
OROLOGI
MODA&ACCESSORI
COLLEZIONISMO

MATTIA BONETTI IL MAESTRO DELL'ART DESIGN

PIONIERE DELLE LIMITED EDITION NEGLI ANNI 80, ECLETTICO SFRENATO, L'ARTISTA NATO IN SVIZZERA, CON GALLERIE A PARIGI, LONDRA E NEW YORK, LAVORA CON LE MAESTRANZE DEL MOBILE IN BRIANZA. PERCHÉ, SPIEGA, L'ESTETICA DEVE SEMPRE ACCOMPAGNARSI ALLA QUALITÀ

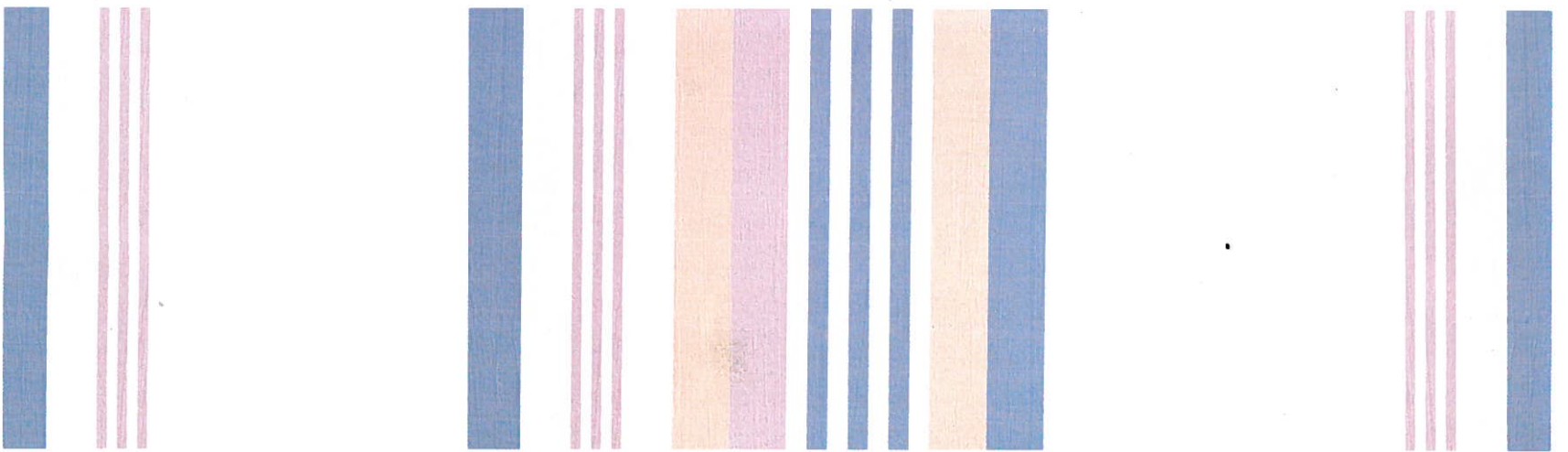




BUSINESS SARTORIALI

C · A · M · I · C · I · A · I

S E N Z A F R O N T I E R E



Dietro Ascot Chang, marchio cinese del su misura, c'è un pezzo di made in Italy: i tessuti Thomas Mason del Gruppo Albini. Come nasce un successo di dimensioni globali, lo spiega Tony Chang, erede del brand, fondato nel 1953, che vanta una clientela top, da Steve McQueen a Nicolas Sarkozy

DI FABIO FATTORUSSO - FOTO DI DANIELE BARRACO



A sinistra, la prima insegna della camiceria aperta, nel 1953, da Ascot Chang, fondatore del marchio omonimo. In alto, all'interno del negozio di Hong Kong alcuni marinai americani scelgono i tessuti.

CINESI SONO PROPRIO NATI CON LA CAMICIA. Questo deve aver pensato Silvio Albini, re del cotone made in Italy, quando si è trovato a rifornire di tessuti l'imperatore cinese del su misura, ossia lo storico marchio Ascot Chang di Hong Kong. Era il 1992 e i maestri camiciari di Ascot Chang già davano vita a capi di pregio amati dalle élite di mezzo mondo. Così, a poco a poco, il carnet dei loro clienti si arricchiva di nomi illustri come **George W. Bush** e **Nicolas Sarkozy** (nel passato, riforniva miti come Marlon Brando, **Steve McQueen** e **Peter Sellers**). Nata nel 1953, la camiceria di Honk Kong deve il suo successo a un'intuizione del suo omonimo fondatore, Ascot Chang: l'acquisto di tessuti pregiati da uno dei produttori simbolo della moda inglese, Thomas Mason. Poi, nel '92, appunto, l'acquisizione da parte del Gruppo Albini di questo **vanto della moda di Sua maestà** (come di David & John Anderson), che porta in dote Ascot Chang. Si perpetua in questo modo quell'asse fra Oriente e Occidente che ha segnato il successo di questo brand. E non a caso: il Gruppo Albini è un vero colosso nel campo dei filati. A dirlo

A portrait of Tony Chang, a man with dark hair, smiling and wearing a dark suit, white shirt, and patterned tie. He has his hands clasped in front of him and is wearing a watch on his left wrist. The background consists of vertical stripes in shades of blue, purple, and gold.

Tony Chang, figlio ed erede del fondatore del brand che, da sempre, si rifornisce di tessuti Thomas Mason. L'azienda inglese, dal 1992, è entrata a far parte del Gruppo Albini.

L'ORO BIANCO DEL NILO

La visione imprenditoriale del Gruppo Albini è riuscita a realizzare un miracolo tutto italiano: la coltivazione, in un'oasi in Egitto, di un nuovo oro bianco. È il Giza 87, un cotone purissimo lavorato in un campo di 2 ettari a Kafr el Sheik, nel Delta del Nilo. Si tratta di un tipo di cotone a contaminazione zero, raccolto a mano e dalle proprietà sorprendenti: candore, resistenza e stabilità, che ne preservano l'immacolatezza anche dopo molti e continui lavaggi. Un raccolto di 11.200 chilogrammi l'anno garantisce al Gruppo Albini un controllo strategico su tutta la filiera, dal seme alla filatura e alla creazione di tessuti pregiati che rendono il gruppo bergamasco leader nel mondo.



è l'eloquenza dei numeri: **136 anni di storia**, 1.300 dipendenti, cinque stabilimenti in Italia e tre nel mondo, una continuità di **cinque generazioni alla guida dell'azienda**. Ora la partnership fra Albini e Ascot Chang si concretizza in camicie sartoriali sempre più straordinarie. *Gentleman* ha incontrato Tony Chang (figlio ed erede di Ascot) e Silvio Albini per scoprire le ragioni di questo successo.

Gentleman. Partiamo dall'inizio. Suo padre, dopo essere emigrato da Shanghai a Hong Kong, ha dato inizio alla grande avventura del marchio Ascot Chang con soltanto 10 dollari (7,4 euro) in tasca.

Tony Chang. Sì. Negli anni 50 il quadro politico di Shanghai era sconsolante e mio padre decise di partire per Honk Kong. Radunò tutte le sue cose e si mise in tasca tutti i suoi risparmi, 10 dollari, e un grande sogno: creare una propria camiceria. I primi tempi furono duri, ma poi, dopo un primo impiego in una sartoria, riuscì a mettersi in proprio. All'inizio **vestiva gli uomini d'affari venuti da Shanghai**.

G. Come è nata la collaborazione fra Ascot Chang e Thomas Mason?

T.C. A Shanghai, mio padre aveva acquisito un know how e una **tecnica sartoriale ancora sconosciuti al mercato di Hong Kong**. Tanto che ancora oggi esistono una scuola cantonese legata alle tradizioni cinesi e una scuola Shanghai influenzata dal gusto europeo. Così, giunto a Hong Kong, forte di queste sue competenze, mio padre si mise alla ricerca di tessuti di alta qualità. In quel periodo, persino gli aghi erano a dir poco scadenti. La presenza degli inglesi favorì **l'incontro con Thomas Mason** che, per gli affari, si rivelò provvidenziale.

G. Quali sono i segreti di una buona camicia sartoriale?

T.C. Dico sempre che il segreto di una buona camicia si trova in ogni piccola fase della lavorazione. Basta guardare i dettagli, per esempio, le linee delle **cuciture: devono essere nette e perfettamente dritte**. Il tempo è un altro fattore: ci sono camicie realizzate in tre ore e altre, come le nostre, in sei. Riuscire a **cucire una camicia in sei ore** richiede conoscenza e attenzione ai dettagli.

G. Che cosa direbbe se dovesse incoraggiare un cliente all'acquisto di una camicia su misura?

T.C. È semplice: «Provi a indossarne una, e sentirà che differenza». **Tutto è diverso quando s'indossa una camicia fatta su misura**. Per dirne una, nelle camicie sartoriali ci si trova di fronte a un taglio unico che si sposa perfettamente con la corporatura di chi la indossa. Il collo, le maniche, i polsini, i giromanica. Tutto è corrispondente alle misure uniche del cliente.

Silvio Albini. «E poi un cliente», aggiunge «una volta che si trova bene, a proprio agio, con un capo su misura, troverà difficile, se non **impossibile, tornare indietro**. Una volta che si provano i vantaggi, i comfort di una buona camicia, non la si cambia più. Diventa una cosa

personalissima, quasi intima. La camicia diventa un po' come una seconda pelle».

G. In tema di tessuti, quali sono i trend attuali, quali sono i più richiesti dal mercato?

T.C. In tanti anni di esperienza ho potuto riscontrare che la qualità dei filati colorati di Thomas Mason e del Gruppo Albini è di categoria superiore. Siamo stati colpiti dalla ricchezza della collezione primavera-estate del 2014. La brillantezza e stabilità dei colori sono una delizia per gli occhi. I tessuti nelle tinte blu, rosa, arancio hanno **una gamma impressionante di toni**.


S.A. I colori giocano un ruolo cruciale, sempre, ma soprattutto oggi. Anche perché servono a ravvivare e a portare un po' di vivacità in questi tempi di crisi.

G. Invece, quali sono le fantasie più ambite del momento?

T.C. Dipende dai contesti. I tessuti a scacchi sono sempre ben accolti. **Nel mercato cinese si prediligono i colori tenui e le tinte unite.** Se i clienti scelgono gli scacchi, li vogliono non troppo vistosi. Vale lo stesso per le righe: meglio quelle molto sottili. In America, invece, i tessuti a scacchi vanno per la maggiore.

S.A. Un classico senza tempo sono le camicie bianche. **Ora più che mai il bianco conquista l'interesse dei clienti.** Abbiamo fatto dei progressi incredibili nella lavorazione dei filati. Prenda il nostro Giza 87. Si tratta di un cotone raffinatissimo, dalla colorazione immacolata che non stinge mai negli anni. È incredibile.

G. Questa partnership fra un marchio italiano e uno cinese può rappresentare un esempio per altri?

S.A. La conquista di Thomas Mason è nata dal rispetto della tradizione anglosassone così diversa dalla nostra. E ora la collaborazione con Ascot Chang va a gonfie vele a dimostrazione del fatto che **quando l'Italia si affaccia al mondo senza paura, si vincono le sfide più ardue.** Il segreto credo sia nell'avere l'apertura mentale di accogliere cose diverse mantenendo i pregi della nostra tradizione. La moda della camicia può conquistare nuovi mercati sostenendo una continuità nella diversità. 

Nell'altra pagina, dall'alto a sinistra, in senso orario, l'archivio dei modelli Ascot Chang; Silvio Albini con alcune camicie realizzate con i tessuti del suo gruppo; lo storico campionario delle telerie Thomas Mason; il nuovo logo del brand di Hong Kong.

www.albinigroup.com; www.ascotchang.com

I MIGLIORI CAMICIAI IN ITALIA E NEL MONDO

Anna Matuozzo	Napoli	www.annamatuozzo.it
Camiceria Ambrosiana	Milano	www.camiceriaambrosiana.com
Finollo	Genova	www.finollo.it
G. Inglese	Ginosa (Taranto)	www.inglese-abbigliamento.com
Satriano Cinque	Napoli	Vico Satriano 5
Charvet	Parigi (Francia)	www.charvet.com
Emanuel Berg	Varsavia (Polonia)	www.emmanuelberg.com
Eton	Gånghester (Svezia)	www.etonshirts.com
Hilditch & Key	Londra (Regno Unito)	www.hilditchandkey.co.uk
Stenströms	Helsingborg (Svezia)	www.stenströmsstore.se
Thurnbull & Asser	Londra (Regno Unito)	www.thurnbullandasser.com
Van Laack	Mönchengladbach (Ger.)	www.loremipsum.com
Hamilton	New York (Stati Uniti)	www.hamiltonshirts.com
Individualized Shirts	Perth Amboy (Stati Uniti)	www.individualizedshirts.com