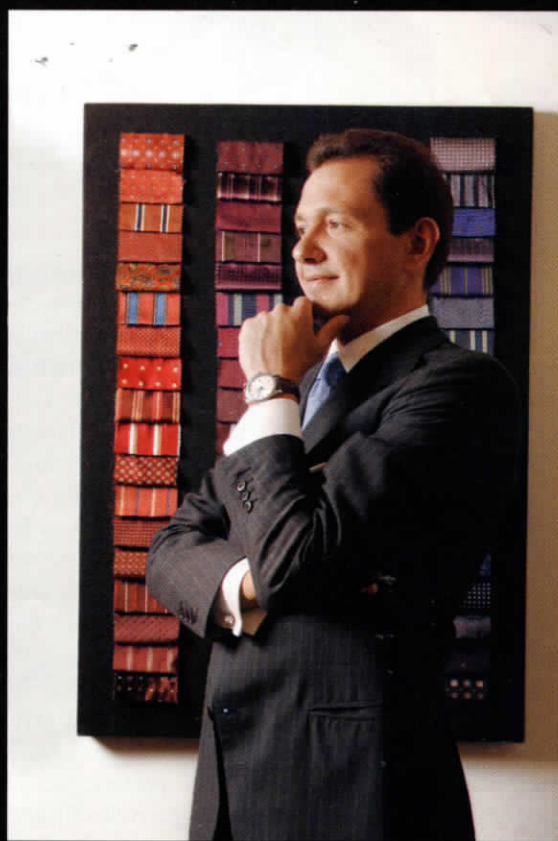


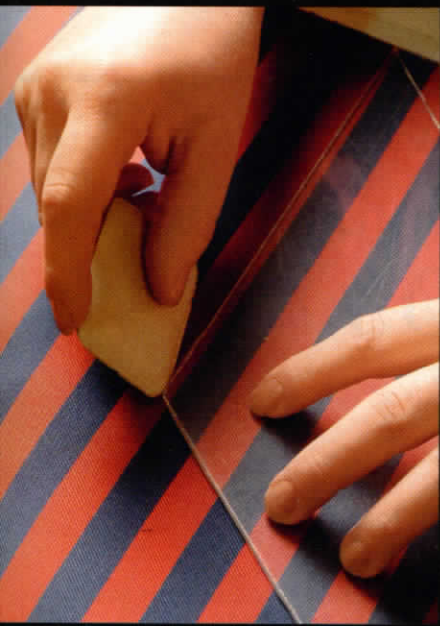
TRADIZIONI AL COLLO



Da tre generazioni una famiglia milanese si dedica al più importante accessorio maschile: la cravatta. Una storia che oggi lega in un nodo di successo i Navigli a Tokyo

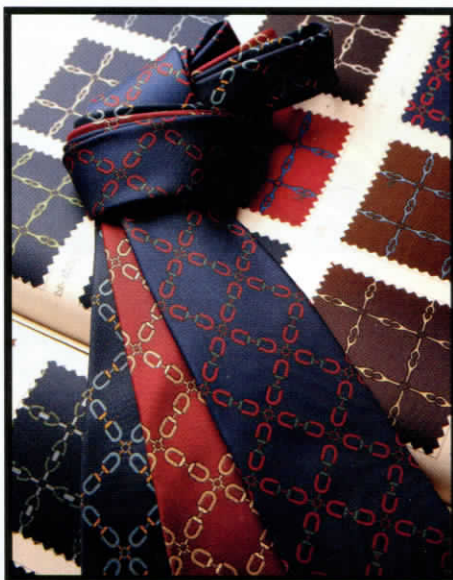
di Antonio Orlando - foto di Marco Pagani

Sopra, Paola e Stefano Bigi. A fianco, le diverse fasi di lavorazione di una cravatta (100 euro circa, www.bigicravatte.it).



È UN GRANDE PIACERE DELL'UOMO E DEVE ESPRIMERE UN'EMOZIONE

«Sì, la cravatta è un piacere, forse l'unico vero piacere concesso all'uomo quando si parla di abbigliamento. E con piacere va scelta, indossata, perfino coccolata». Brillano quasi gli occhi a Stefano Bigi quando parla di queste colorate strisce di stoffa che da tre generazioni sono la passione e la missione della famiglia. Parla, e le mani, inevitabilmente, corrono ad accarezzare la cravatta che indossa oggi. Perché l'ornamento del collo è davvero un magnete irresistibile: per gli occhi, per le mani e, perché no, per il cuore. E qui, proprio nel cuore di Milano, in viale Gian Galeazzo si conserva un segreto dal sapore antico: West Point, un cravattificio come si usava una volta, pensato e gestito con gesti antichi e con idee moderne. Una storia di famiglia, si diceva. Lui Stefano e lei Paola. Fratello e sorella. La terza generazione. Insieme ogni giorno inventano cromie e business. Con due parole chiave, tradizione e classicità. Spiega Paola: «Indubbiamente la nostra idea di cravatta non è fatta di scossoni, non ricerca la provocazione, non vuole stupire. Qui si pensano linee, colori e misure ideali per una classicità moderna». Ma, al tempo stesso, ogni generazione non è chiamata a portare nuove idee per non trasformare una tradizione in un oggetto da museo? «È vero, ma ogni variazione da questo percorso è analizzata con attenzione, pensata e ripensata proprio perché la cravatta è un oggetto unico, ed è dotata di una straordinaria specificità, è ricca di una propria storia che dobbiamo rispettare sapendo che oggi noi diamo un piccolo contributo a quella che è anche la storia della nostra famiglia». Una storia che Paola affronta con occhio e sensibilità tutti femminili, un piacevolissimo (e utile) contributo critico alla vanità del collo virile: «Anche perché, non dimentichiamolo, gli uomini indossano una certa cravatta per il pro-



prio piacere ma anche per piacere alle donne. E noi abbiamo sviluppato un senso speciale nell'interpretare la psicologia di un uomo anche attraverso la cravatta che indossa». La domanda, allora, è inevitabile. Chi oggi indossa meglio questo antico ma attualissimo accessorio? Per Stefano non ci sono dubbi: «Luca di Montezemolo indubbiamente è sempre perfetto. Ha molto stile anche Matteo Marzotto; e anche Barack Obama che ha spesso camicie bianche sulle quali le cravatte spiccano perfettamente». Lapidaria,

invece, Paola. Un nome solo: «Johnny Depp, anche se non la indossa poi così spesso». West Point oggi produce 40mila cravatte con il marchio Bigi, tutte rigorosamente realizzate a mano: dai 30 ai 40 minuti sono necessari per assemblare i cinque pezzi che la compongono (gamba grande, gamba piccola, giunta, fodera e interno).

Stefano Bigi apre idealmente l'album di famiglia: «Nel 1938, Luigi Draghi, mio nonno materno, con altri soci apriva a Milano un laboratorio per la produzione di cravatte con marchio Erredieci». Nel 1976 subentra alla guida dell'azienda Daniele Bigi, papà di Paola e Stefano, che cambia il nome scegliendo West Point per sottolineare l'adesione a canoni di eleganza molto british. Dal 1990 il nodo delle cravatte Bigi è in mano a Paola e Stefano. Oggi la produzione è destinata in pari misura all'Italia e al Giappone con una recente apertura negli Stati Uniti e in Inghilterra. Infine, un suggerimento d'uso da parte di Stefano Bigi: «La cravatta è un'emozione e poiché durante il giorno il nostro umore può cambiare è meglio tenerne in ufficio un paio di ricambio. Piegare bene occupano poco spazio e risolvono perfettamente ogni problema». Parola di chi le cravatte le pensa, le produce e, soprattutto, le ama. Da tre generazioni.

PRESI PER LA GOLA

Sopra, alcune cravatte realizzate con il tipico tessuto «catenelle», da sempre un marchio di fabbrica nelle collezioni di Bigi.