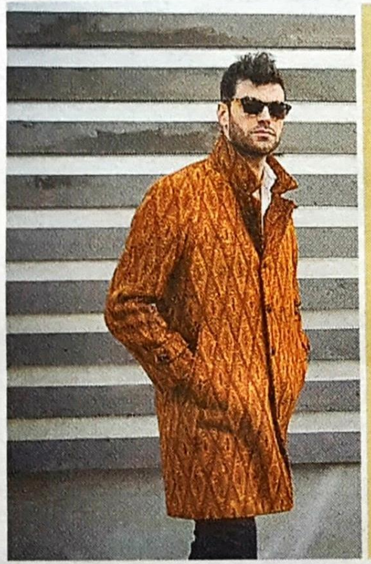
L'uomo del **formale leggero** e i trunk show fra Giappone e Corea

Il marchio Ernesto e la nicchia di mercato costruita attorno all'idea di «vestibilità, ma svuotata di peso e volume»

L'insostenibile leggerezza del formale. Così commentano — sorridendo — le giacche Ernesto nell'azienda-sartoria Bommezzadri, alle porte di Parma. Il brand prende il nome dalla commedia di Oscar Wilde, «L'importanza di chiamarsi Ernesto», spiegano. E in effetti, le giacche si fanno riconoscere: sono leggere come camicie, realizzate nei tessuti dei più importanti lanifici biellesi e inglesi, con disegni spesso in esclusiva, monopetto o doppiopetto 2 bottoni, in corno, pelle o metallo e le asole delle maniche ovviamente tagliate.

Gianfranco Bommezzadri ha cominciato la sua avventura nel 1956 lavorando come sartino quando aveva appena 15 anni. E ancora oggi che ne ha 79 ogni mattina prende posto tra le sue sartine (105 dipendenti, gli unici maschi sono i magazzinieri) che cuciono 100 capi al giorno, intelati o decostruiti con finiture manuali.

Il sarto imprenditore passa un mini-ferro sulle spalle rivoltate delle giacche di cui controlla ogni particolare. Proprio non si sarebbe aspettato di essere applaudito in Giappone e Corea dove vola per i trunk show, incontri con i clienti che lo interrogano sull'arte del «formale leggero». I passaggi e le ribattiture e mano sono l'elemento che fanno la differenza.



Dandy Il cappotto Ernesto e una giacca della primavera estate 2017

«La giacca è un prodotto bastardo, ha bisogno di una struttura, la nostra capacità con la capsule Ernesto (uomo e donna) è stata quella di svuotarla mantenendo vestibilità ed eleganza», spiega Ernico Mezzadri, direttore commerciale dell'azienda familiare e marito della figlia del fondatore, Betti, che invece si occupa della produzione. «L'idea di lanciare un brand di nicchia, è nata nel 2012 dall'incontro con Vincenzo Reggiani, titolare del negozio La Cerva di Rimini», racconta. Sul bancone ci sono pezzetti di tessuto — regimental, check, e disegni che da lontano sembrano tinte unite sfumate, perché la tendenza è più sobria — della nuova collezione uomo che sarà presentata al Pitti: 40 varianti di tessuti contro le mille di tutta la produzione Bommezzadri che anche grazie al nuovo brand ha visto crescere il fatturato (8 milioni e mezzo) del 15% negli ultimi 5 anni (ma qui si fanno anche i capi di griffe internazionali, come dimostrano i raffinati cappotti pronti per la spedizione). Come sarà il nuovo uomo? «Ha la personalità di Vittorio Gassman degli Anni 70. «Scommettiamo sul Loden e cappotto Raglan con una vestibilità più asciutta».

Maria Teresa Veneziani

© RIPRODUZIONE RISERVATA