

M^{QN}ODÀ E BELLEZZA

IL CLUB DELLE CRAVATTE

Eva Desiderio

«Dettagli. Piccoli divertimenti. Ispirazioni multiculturali. Giochi di fantasie e di colori. La sorpresa di un ricamo che chiude una storia tessile preziosa, quella di un nastrino di velluto o di passamaneria che rende ogni pezzo unico ed irripetibile. Tutto in una cravatta.

Diversa perchè finalmente libera da ogni obbligo formale. Ma sempre elegante e raffinata. E per questo giovane, e per giovani di ogni età. Un'idea bella, come quella della doppia punta in tessuto severo di lana e in chiffon fiorito, che può diventare vincente con un po' di fortuna e tanto lavoro appassionato. Come quello di Bruno Rezzonico e Andrea Menicatti, due venticinquenni che sono amici ma anche ideatori e fondatori del marchio Bram, dalle iniziali dei loro nomi e cognomi, progetto stilistico e produttivo per cravatte pezzi unici, totalmente Made in Italy e sommamente Made in Como, la città regina di questo accessorio che rende più classico o più spiritoso ogni look maschile.

«La nostra è una start up - racconta Andrea Menicatti - una srl che abbiamo fondato a latere del nostro lavoro quotidiano che è quello di consulenti strategici nel mondo del lusso. E proprio l'ingresso nel mondo del lavoro, dopo gli studi, ci ha spinto a cercare la nuova vita della cravatta. Non le volevamo più classiche e banali, coi cagnolini e i cavalli - continua Andrea - i disegni sono un po' andati. Nei negozi spesso si trovano solo cravatte lussuose o basiche. Ecco noi vogliamo offrire a tanti giovani uomini come noi nuove opportunità d'eleganza».

Andrea, pensa che ci sia davvero uno spazio così nel mondo super-classico della cravatteria?

«Sì, noi ci crediamo. Lo spazio nuovo, anche nel business, parte dal piacere personale di indossare una cravatta non più solo per abitudine o consuetudine. Insomma non ci deve essere nessuna imposizione, ci piace pensare ad un gesto di personalità, ad uno spazio di gusto privatissimo, ad un mix di tessuti inusuali e rari, a qualche particolare che ti distingue. E poi

è bello giocare con la cravatta, anche durante i momenti di lavoro più impegnativi, accarezzarla durante le riunioni, sfoggiarla sotto il blazer sapendo che nasconde una fodera anche divertente».

Quando avete cominciato?

«Un anno fa».

Cosa vi unisce?

«Il gusto per le cose belle che abbiamo respirato in casa. E poi Bruno ha un'azienda di famiglia a Como e conosce bene quella grande tradizione».

Dove nascono le idee?

«Un po' dappertutto, ma si concretizzano sempre a Como, guardando il lago».

Come vendete le vostre cravatte?

«Per ora solo sul nostro sito bram-bram.com. Da qui è possibile scaricare le collezioni che sono tre: Cappuccio, Sforzate, Volante. Per ora abbiamo disegnato e realizzato due collezioni. La prima ispirata alle isole italiane e infatti le nostre cravatte si chiamano Salina, Budelli, Lampedusa, Panarea... la seconda alle spezie e ai loro colori».

A quando il salto nel multibrand?

«Speriamo presto, intanto ci facciamo conoscere, contiamo molto sul passaparola tra i nostri amici. Puntiamo alle boutique maschili di nicchia e ai siti di e-commerce di qualità. Le cravatte Bram sono riservate a un gruppo di persone, quasi un club. Uomini che vogliono essere e non apparire».



Andrea Menicatti (a sinistra) e Bruno Rezzonico (a destra), fondatori del marchio BRAM. Sopra alcuni particolari delle loro cravatte, fra cui il creativo passante ricamato