

*Classedtori*

DENARO  
TEMPO LIBERO  
ECONOMIA  
COSTUME

NUMERO 398  
(NUOVA SERIE)

APRILE 2013

€ 4

# Capital

## *Real estate*

NEW YORK E ROMA, DOVE  
INVESTIRE È GUADAGNARE

## *Posti esclusivi*

BALI, IL PARADISO  
IN 5 NUOVI RESORT

## *Golf*

I MIGLIORI CITY-GREEN  
PER MANAGER GLOBTROTTER

Punta il tuo  
smartphone e sali  
sulla nuova Ferrari



*Corrado Passera*

## OGGI LA VITA È UNA START-UP

*Sapersi rimettere in gioco con regolarità permette di raggiungere risultati professionali straordinari. Come testimonia l'ex ad di Poste italiane, Intesa Sanpaolo e ministro dello Sviluppo economico, infrastrutture e trasporti*



Hanno messo la cravatta al **made in Italy** e sono partiti alla conquista del mondo. Oggi, **Paola e Stefano Bigi**, con il loro brand, **West Point**, ne producono 50mila all'anno. Tutte fatte completamente a mano da sarti esperti | **Beba Marsano**



## Il nodo dello stile

fatturato relativo al 2012. La spiegazione? «La qualità», dicono Stefano e la sorella Paola dal palazzo fin de siècle nel cuore di **Milano**, epicentro di tutta la produzione: 50mila cravatte l'anno, realizzate tutte interamente a mano, destinate per il 55% all'Italia e per il rimanente a mercati soprattutto asiatici, come Giappone e Corea, «estremamente sensibili ai valori di stile e di ricerca espressi dall'artigianato made in Italy».

Per chi è in grado di leggere i dettagli, i pochi centimetri di ogni singola **cravatta Bigi** raccontano un'intera storia di passione e conoscenza, tradotta materialmente in un perfezionismo quasi maniacale per il particolare («segno della vera differenza»). Un perfezionismo che va dalla scelta dei tessuti (solo sete di Como e stampe a mano realizzate in Inghilterra) a quella di colori e fantasie (700 varianti per ogni collezione), dal taglio interno alla confezione (affidata a espertissime lavoranti a domicilio), fino al controllo qualità eseguito, ancora una volta, in manifattura. Un lavoro portato avanti nel rispetto dei canoni dell'eleganza classica, con un occhio sempre attento, però, alle evoluzioni del costume. Scelta apprezzata da arbitri dello stile come **Carlo Fontana**, storico sovrintendente del Teatro alla Scala, che a Natale ne acquistava a dozzine da regalare ad amici e direttori d'orchestra. Uno per tutti, **Riccardo Muti**. 

**M**ATTEO MARZOTTO È QUELLO CHE LA PORTA CON PIÙ STILE. Barack Obama con più disimpegno. Gianni Agnelli, invece, quello che la esibiva con spirito più alternativo. «La cravatta non è soltanto un indicatore di stile, ma anche un indizio del carattere e dell'umore di chi la indossa». Parola di **Stefano Bigi**, che dal 1990 mette il suo nome sull'inconfondibile etichetta blu a suggello dell'unicità di questi piccoli capolavori di cultura artigianale che, prima come Pulcher poi come **West Point**, la famiglia produce ed esporta nel mondo da tre generazioni ([www.bigicravatte.it](http://www.bigicravatte.it)). Un successo senza flessioni che, a dispetto della recessione, ha registrato un incremento del 10% del



In alto, **Paola e Stefano Bigi** a capo dell'azienda di famiglia che, con il brand **West Point**, produce ed esporta cravatte handmade nel mondo. Nelle altre foto, il quartier generale di **Milano**, le stoffe e fasi della lavorazione.

