

Intervista a Luca e Fabio Litrico Roma, Atelier Franco Litrico, luglio 2008

A cura di Isabella Orefice

Luca Litrico racconta la storia dell'azienda con spunti inusitati per il mondo della moda.

Tra i nostri clienti abbiamo anche grandi e prestigiosi alberghi che ci affidano lo studio e la realizzazione delle divise del loro personale. È una cosa alla quale siamo piuttosto abituati visto che queste iniziative nacquero nella nostra sartoria già negli anni Sessanta-Settanta, quando le disegnammo anche ad esempio per l'Eni (pompe di benzina), ed ora molti nostri colleghi lo fanno anche più in grande, fornendo ad esempio le compagnie aeree ecc.

Siete presenti anche nel settore dell'arredamento?

Noi facciamo solo abbigliamento artigianale. Siamo nati nel 1951 come sartoria, fondata da nostro zio Angelo, il fratello più anziano di nostro padre. All'epoca c'erano solo le sartorie, nel corso degli anni poi è venuto il momento del boom della moda pronta negli anni Settanta. A questo proposito, fu proprio nostro zio il primo a firmare un contratto di licenza di marchio per una linea di prêt-à-porter maschile.

Una linea che aveva il proprio marchio?

Sì, si è trattato della prima azienda che faceva delle collaborazioni con le industrie per il settore maschile. Oggi si usa questa procedura nel mondo della moda. Noi siamo stati i primi a fare questa cosa, ma siamo rimasti sempre un'azienda artigiana e abbiamo mantenuto e manteniamo fede alla nostra tradizione sartoriale. La nostra, infatti, è prima di tutto una sartoria artigianale esattamente come negli anni Cinquanta che curiamo fino all'exasperazione, con la massima attenzione nella cura del dettaglio e nell'eccellenza dei materiali usati, abbiamo una sola macchina per cucire che usiamo pochissimo, qui

dentro adopriamo solo forbici, ago, filo e ferro da stiro a secco da 8 chili Anche i nostri capi della seconda linea di *couture-à-porter* che produciamo hanno un contenuto decisamente artigianale. Nel senso che vengono fatti a macchina ma poi rifiniti accuratamente a mano, tutti rigorosamente in Italia dai materiali alla lavorazione.

Vengono realizzati tutti qui in Italia?

Tutti a Roma e i nostri fornitori di tessuti sono biellesi o comaschi per le sete.

Partecipano a questo progetto i vari soggetti...

Solo una piccola parte della produzione – una linea da cerimonia più economica – viene fatta nel nord dell'Italia, in Veneto. La affidiamo a un produttore, un laboratorio in conto terzi, insomma, un fasonista¹ che produce secondo i nostri modelli e con i nostri tessuti ed accessori. Un laboratorio molto serio e rigoroso, con il quale abbiamo instaurato un rapporto di reciproca stima e fiducia. Qualità assoluta, insomma.

Questo laboratorio produce per voi da molto tempo?

Sì, da diversi anni, da quando abbiamo siglato un contratto di distribuzione in esclusiva per il mercato giapponese con un importante distributore in esclusiva, per la linea “Franco Litrico ceremony” appunto.

Avete una linea femminile, oltre a quella maschile?

La linea femminile è solo classica: tailleur, pantaloni, gonne, giacche o cappotti. C'è anche una linea sposa, perché molti anni fa abbiamo rilevato il marchio “Clara Centinaro”. Clara Centinaro è stata una

¹ **fasonista** (o **fassonista**, **façonista**). Termine che deriva dal francese (lavorazione *à façon*, per definire capi d'abbigliamento confezionati in serie, su di un modello base). Oggi, il fasonista si identifica con un confezionista o un'azienda di confezioni che realizza capi d'abbigliamento per conto terzi, generalmente con materiale semilavorato (ad esempio il tessuto precedentemente tagliato). Il lavoro dei fasonisti – che spesso operano parallelamente con uno o più propri marchi – si rivolge a boutique, negozi di moda ma, soprattutto, alla grande distribuzione che appone ai capi una propria etichetta, un proprio marchio, quando la lavorazione *à façon* non è richiesta da firme note che non hanno la possibilità di produrre grandi quantità di modelli (http://dellamoda.it/dizionario_della_moda/f/fasonista.php).

pioniera, una sarta come le sorelle Fontana, come Emilio Schubert negli anni Sessanta. Fece abbastanza rumore perché vestì principesse, donne nobili. Ma non aveva eredi... Prima aveva l'atelier in via Toscana, alle spalle della nostra sede in via Sicilia, ed era molto amica di nostro zio Angelo e di nostro padre Franco e gli chiese di portare avanti il marchio perché era suo desiderio mantenerlo in vita. Quindi abbiamo rilevato la sua sartoria e siamo andati avanti per qualche anno. Tuttavia, nel mondo della moda succede che, se non fai pubblicità, un marchio decade e quindi noi abbiamo preferito andare avanti con il nostro marchio. Lei fece anche un contratto per una linea di profumi con una ditta di Milano che li produsse e così fu soprattutto con i profumi che proseguì.

Avete voi l'archivio Centinaro?

Sì, la maggior parte lo abbiamo noi.

L'archivio Centinaro da che cosa è composto?

Ci sono una ventina di abiti d'epoca, da sposa, da sera, molto eleganti; molte foto; una copiosa rassegna stampa. Dagli anni Cinquanta in poi, qualunque articolo sia uscito lo abbiamo sempre ritagliato e conservato, quindi abbiamo una cinquantina di libri.

In che rapporto siete con l'Associazione dei sarti, l'Accademia Nazionale dei Sartori?

Siamo soci da sempre.

Qual è il vostro rapporto con la Camera Nazionale della Moda Italiana?

Molto buono, siamo soci anche con la C.N.M.I., perché è un'associazione che tutela il made in Italy e la distribuzione; inoltre promuove iniziative valide. Noi ci sosteniamo con la visibilità, anche se poi la miglior pubblicità per noi è il passaparola del cliente. La Camera Nazionale della Moda Italiana è un'istituzione molto valida, che tutela e raccoglie il grande patrimonio delle eccellenze della moda italiana. Volendo fare un discorso economico, il Pil in Italia ha un bell'indotto intorno all'abbigliamento, specialmente quello di lusso:

Segreteria ANAI Via Giunio Bazzoni, 15 00195 Roma tel/fax 06-37517714 segreteria@anai.org

www.anai.org

Progetto "Archivi della Moda del '900"

info@archivimoda900.it

pubblicherelazioni@archivimoda900.it

alimentare, automobile e abbigliamento sono le tre “A” dell’economia italiana. La C.N.M.I. è un’istituzione che tutela i marchi. Oltretutto è Milano la capitale della moda per quanto riguarda le *showroom* e non Parigi, come sostengono i francesi. Ci sono 180 boutique solo a Milano e stanno facendo un grandissimo lavoro, soprattutto per contrastare la contraffazione.

Che cosa c’è dietro il fenomeno della contraffazione? E come si può contrastare?

Abbiamo avuto il marchio clonato in Cina nel 2003 e siamo tuttora in causa. Dovremmo vincerla, specialmente ora che, per motivi analoghi, ha vinto la Ferrari. Quando uno registra un marchio, risulta all’Organizzazione mondiale della proprietà di Ginevra. Come intervenire? Si dovrebbe creare mano d’opera specializzata, che, viceversa, va sempre diminuendo – è poi questo è il problema dell’artigianato in Italia. I sarti son sempre di meno, così come i fabbri, i vetrai, i falegnami ed altre categorie. In effetti, la sartoria è un mestiere durissimo da imparare. Bisogna entrare in bottega da giovanissimi e imparare in modo pratico, lavorando molto e senza stipendio nei primi anni, facendo apprendistato.

Ma qui a Roma ci sono le holding?

No, qui a Roma non ci sono. Qui, i sarti sono rimasti sarti. Hanno il loro bacino di clienti che possono arrivare da ogni parte del mondo.

E gli italiani?

Noi abbiamo tanti clienti italiani, e li preferiamo perché se ne intendono ed hanno molta classe. Un nostro vestito di alta sartoria su misura è completamente tagliato e cucito a mano, con oltre 60 ore di lavorazione, senza nemmeno un punto dato a macchina, per cui i costi sono elevati ma la qualità e la durata sono garantite.

Torniamo alla vostra storia...

Tornando alla nostra storia, l’anno della fondazione è il 1951. Per quanto riguarda la moda maschile, all’epoca della “dolce vita” a Roma c’eravamo noi, Brioni con Nazareno Fonticoli, Caraceni, Piattelli e

pochi altri sarti. Cominciò nostro zio che venne da Catania a Roma perché aveva imparato l'arte da un sarto catanese. Chiese un posto di banco in una sartoria in via Sicilia, lo ottenne, finché poi rilevò la sartoria perché il sarto che c'era andò in pensione. Gli piaceva, quel locale, perché la via richiamava le sue origini siciliane. Per questo la tenne. Rilevò proprio le mura, c'era solo la struttura, ma non c'erano documenti perché si trattava di lavoro artigiano. Il primo cliente famoso fu Rossano Brazzi. Le cose andarono così. Una sera mio zio andò all'opera e incontrò l'attore nel foyer. Brazzi mise subito gli occhi sul vestito che mio zio indossava e gli chiese: «Che bello smoking, chi lo ha fatto?». Mio zio si faceva notare subito perché era molto eccentrico anche nella scelta dei colori, usava tessuti che erano sia per la moda femminile, sia per quella maschile, molto vistosi. Ma di suo era una persona molto riservata. Quindi a Rossano Brazzi non rispose «l'ho fatto io», ma disse: «C'è un sarto bravo in via Sicilia...». Rossano Brazzi ci andò, lo riconobbe e divenne il primo cliente famoso.

Il rapporto tra personaggi famosi, attori e sartoria è continuato nel tempo?

È continuato nel tempo, per lo meno fino agli anni Novanta. L'ultima collaborazione proficua con il mondo del cinema è stata nel 2002 con il film *Un difetto di famiglia* con Nino Manfredi. Tornando ancora alla nostra storia, ci fu un evento che rese davvero famoso il marchio: nel 1960, durante una seduta delle Nazioni Unite, Nikita Krusciov, l'allora Presidente dell'Unione Sovietica, per affermare il suo pensiero si tolse un mocassino, lo brandì e lo batté sul banco. Quella scarpa era di Angelo Litrico. I giornali ne parlarono in 37 lingue in tutto il mondo. Da lì è nato un po' tutto perché Angelo era, oltre che un ottimo artigiano, un eccellente uomo di marketing, uno molto scaltro che, in previsione di quell'incontro delle Nazioni Unite, si mise in contatto con l'ambasciatore russo a Roma e realizzò l'intero guardaroba per Krusciov, scarpe comprese, lavorando sulla base di una semplice fotografia del personaggio. Così, quel giorno, la scarpa fece molto rumore e tutti quanti si chiesero perché un Presidente sovietico vestisse così bene all'italiana. Angelo, neanche a farlo

apposta, stava proprio lì a New York e fu intervistato dalla stampa di tutto il mondo. Questo lo rese famoso a livello planetario: tra i nostri clienti ci furono poi Nixon, Kennedy, Filippo di Edimburgo. Anche Gorbaciov è stato nostro cliente e abbiamo tutti i bozzetti fatti per lui.

Avete carteggi che testimoniano di queste relazioni?

Sì, abbiamo anche i bozzetti e gli articoli, nonché una lettera che il Presidente sovietico scrisse e firmò personalmente.

Avete conservato tutto? Il vostro archivio da che cosa è composto?

Bozzetti, disegni, fotografie, videocassette, rassegna stampa, premi e riconoscimenti dagli anni '50 ad oggi, oltre ad un centinaio di abiti ben conservati. Ma la conservazione di tutto questo archivio costa molto, è molto fragile ed i materiali con gli anni si logorano.

Voi non vi fregiate di una dichiarazione di notevole interesse storico?

Vuole illustrarmela?

Il Ministero per i Beni e le Attività Culturali (MiBAC), nel momento in cui riconosce un soggetto che ha un'importanza dal punto di vista storico, emette una dichiarazione di notevole interesse storico, con cui si potrebbero ottenere contributi per lavori inerenti agli archivi, ad esempio la digitalizzazione. In seguito, noi faremmo un censimento più approfondito, anche per Clara Centinaro. Una volta emessa la dichiarazione, dopo sei mesi possiamo predisporre la domanda al Ministero per sostenere la digitalizzazione.² Torniamo all'intervista. Avete realizzato un libro con la vostra storia?

Sì, con il sostegno della Provincia – infatti c'è il logo del Presidente Enrico Gasbarra³. Qui c'è la storia di Litrico dal '51 in poi, anche se in poche pagine, perché è soprattutto un volume fotografico.

² L'archivio della Sartoria Litrico ha ottenuto dalla Soprintendenza archivistica per il Lazio (MiBAC) la «dichiarazione di interesse storico particolarmente importante» il 7 novembre 2008.

³ Presidente della Provincia di Roma dal 2003 al 2008.

È importante secondo voi conservare la documentazione relativa al settore della moda?

Sì. È importante.

Investite sulla valorizzazione? Per esempio: come si mantengono gli abiti?

Sottovuoto, possibilmente. L'ideale sarebbe di tenerli sottovuoto, orizzontali e dentro cassette al buio. Ancora non abbiamo dato questa sistemazione, ma è in progetto. Così come fanno i teatri, che conservano i costumi di scena e i costumi d'epoca.

L'archivio documentario in che stato è? Come sono sistemati ritagli, foto, corrispondenza?

Le faccio vedere la lettera di Krusciov, firmata di suo pugno nel 1960, nella quale ci ringraziava tanto per quello che avevamo fatto per lui e ci invitava a organizzare una sfilata a Kiev. E ci sono anche le foto. Questo invece è un articolo su Bob Kennedy, luglio 1963. Questo è Kennedy, poi c'è Richard Nixon, Richard Burton, Yuri Gagarin, Vittorio Gassman... Questo è Christian Barnard, il famoso cardiocirurgo sudafricano, nostro cliente affezionato. Quando veniva a Roma, visitava i bambini e poi li operava a Cape Town... E mio zio partecipava facendo beneficenza. Qui abbiamo Giacomo Manzù, Domenico Modugno e questo è l'ex calciatore della Roma, il brasiliano Falcão. Ecco una foto con dedica di Sofia Loren; e poi Alida Valli, Ursula Andress, Burt Reynolds. E abbiamo anche una foto con Papa Paolo VI.

Sa dove è reperibile l'archivio di Emilio Schuberth⁴?

Credo che lo abbia comprato un imprenditore di Napoli che aveva in progetto di lanciare dei negozi, ma sembra che la cosa poi non sia decollata. Comunque dovrebbe stare a Napoli.

⁴ Emilio Schuberth (Napoli, 1904 – Roma, 1972) fu definito il “sarto delle dive” (vestì Soraya, Rita Hayworth, Ingrid Bergman, Bette Davis, Brigitte Bardot, Sofia Loren, Gina Lollobrigida, Anna Magnani). Negli anni Cinquanta, fu uno dei protagonisti della nascente alta moda italiana. Fu maestro di Valentino.

Il vostro archivio è in questa sede?

Qui c'è la parte più rappresentativa, ma non tutto: ci sono soltanto le foto dei personaggi illustri e alcuni vestiti d'epoca (una ventina), perché non abbiamo spazio.

Dove è conservato il resto?

In una casa di proprietà qui a Roma.

Parliamo dell'archivio Centinaro.

È piccolo, sono circa 20 vestiti.

La documentazione non c'è più?

Abbiamo noi la maggior parte, sempre nella nostra casa qui a Roma.

Siete a conoscenza di altre sartorie del periodo di vostro zio?

Sì, tutte.

Negli anni Sessanta quanti sarti avete avuto?

Quattro-cinque sarti e nostro zio; poi nostro padre, nostra sorella Giusy, perché dopo che nostro zio ebbe iniziato portò a Roma anche Franco e Giusy, i fratelli più giovani che hanno imparato il mestiere da lui fin dai 12 anni. Poi quando lui è morto, nel 1986, hanno portato avanti l'azienda fino a oggi. Nostro padre è morto nel 2004 e noi abbiamo iniziato a lavorare, io personalmente nel 1998, quindi è avvenuto il ricambio generazionale. Giusy è uscita nel 1998 perché ha deciso di dedicarsi alla famiglia. Ora siamo noi due e abbiamo cinque sarti.

Fate anche sfilate e collezioni?

Sfilate e presentazioni sì. Facciamo collezioni di prêt-à-porter che vengono distribuite all'estero.

Suo zio disegnava anche?

Sì, era anche disegnatore.

Per cui ci sono anche bozzetti, studi preparatori... Avete anche campionari?

Sì, ci sono.

Oggi chi disegna?

Noi, all'occorrenza abbiamo anche due o tre ragazze che hanno una bella mano, ma le tendenze le decidiamo noi, anche se nella moda maschile non si può stravolgere più di tanto. Perciò, per fare un esempio, si gioca con i tessuti e con le fodere in contrasto. Adesso sta tornando tanto la giacca a due bottoni con il revers con le punte a lancia, qualcosa che andava già di moda cinquant'anni fa e poi venticinque anni fa, si lavora sui piccoli particolari. Il pantalone più largo, il pantalone più stretto... ma non si può stravolgere tutto. C'è chi usa i tessuti tecnologici o i pannelli solari sui revers delle giacche, qualcosa che non riguarda lo stile. Per il prêt-à-porter conosciamo tante aziende che possono all'occorrenza produrre per noi e abbiamo delle collaborazioni con l'esterno. Possiamo produrre un massimo di 300 vestiti l'anno in sartoria. Non vogliamo farne di più proprio, perché si tratta di un prodotto per pochi e chi lo desidera aspetta il tempo necessario e lo paga volentieri quel che deve costare, ma noi finché riusciamo vogliamo mantenere in vita un prodotto di eccellenza che ci invidiano in tutto il mondo e che può essere realizzato solo ed esclusivamente in modo artigianale, a mano. Bisogna anche occuparsi delle esportazioni: in Giappone abbiamo un contratto in esclusiva. Si tratta di un compratore che acquista e poi distribuisce in 20 negozi. Abiti di prêt-à-porter che noi chiamiamo *couture-à-porter* perché si tratta di una fattura sartoriale. Abbiamo il nostro modellista che fa il cartamodello⁵, poi decidiamo gli accessori, le fodere e i bottoni che mandiamo al laboratorio organizzato per fare produzione sartoriale.

Avete mai pensato di fare una fondazione?

Ci penso spesso, ma non abbiamo molto tempo. Sono cose che bisogna seguire. Noi ci occupiamo di tutto. Il computer ci dà una

⁵ Modello di abito o d'altro indumento (soprattutto femminile), disegnato e ritagliato in carta per poter essere riportato sulla stoffa da tagliare, talvolta, specialmente nel passato, inserito in giornali di moda femminile (Dizionario Treccani online, www.treccani.it).

grandissima mano... Ma vede, quelle sono foto, ritagli stampa, abbiamo anche video e disegni... Ma questa è una minima parte.

Di questi disegni quanti ne avete?

In realtà questi sono piuttosto dei bozzetti. Ne abbiamo circa 70.

E i bozzetti delle divise?

È capitato spesso che ci abbiano affidato la realizzazione stilistica delle divise. Abbiamo fatto la scelta e la campionatura dei tessuti, il bozzetto, il primo modello, il prototipo e poi le divise vere e proprie le ha realizzate il richiedente. Ad esempio le divise dell'Agip le abbiamo fatte noi anni fa.