

“L'unione fa la forza”: Il Circolo Mediterraneo dei Sarti – a difesa di una secolare arte napoletana

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.139.7>

Ornella Cirillo¹, Vincenza Caterino²

¹ *Università degli studi della Campania 'Luigi Vanvitelli', ornella.cirillo@unicampania.it*

² *Università degli studi della Campania 'Luigi Vanvitelli', vincenza.caterino@unicampania.it*

Abstract

Il saggio indaga il contributo prestato, a metà Novecento, dal Circolo Mediterraneo dei Sarti nella difesa della sartoria maschile partenopea dal lento imporsi dell'industria dell'abbigliamento in serie, ritrovando nelle sue iniziative – pubblicazione di periodici, promozione di eventi in loco e partecipazione collettiva a quelli nazionali – una forza e un senso di condivisione dimostrativi in sé stessi della complessità dei problemi generatisi in quell'ambito produttivo dopo il secondo conflitto mondiale. Una crisi che intercetta al suo interno questioni sociali ed economiche di ampio raggio, cambiamenti di gusto e di stile di vita, a cui in tutta Italia la pur eccellente pratica del mestiere non poteva naturalmente rispondere da sola. Per tutti, infatti, sopraggiunge il bisogno di un contributo creativo esterno nel disegno delle collezioni, a cui le istituzioni attive in quel momento per il comparto sartoriale maschile rispondono con la Carta della Moda Maschile, uno strumento, idealmente finalizzato a “eliminare il disordinato diffondersi di modelli e particolarità variamente circolanti e non sempre rispondenti a sani criteri di estetica ed eleganza”, affidato alla competenza artistica di Luigi Tarquini.

Il Circolo, come le altre istituzioni simili, partecipano e animano un dibattito molto vivo, nel quale emergono tutti i sintomi di un'avventura che volgeva al termine, passando il testimone di un'importante eredità di bottega solo a chi ne avrebbe saputo rinnovare radicalmente la visione.

Keywords

fashion history; Naples; man's tailoring; fashion design; fifties of the twentieth century

1. Introduzione

Nel quadro degli studi sulla storia della moda italiana, interessati prevalentemente alle grandi 'capitali', quali Roma, Firenze e Milano, Napoli ha avuto, finora, uno sguardo storiografico secondario che ha lasciato spazio di recente a indagini specifiche, finalizzate a evidenziare il ruolo che anche molti suoi protagonisti hanno svolto nell'affermazione della moda italiana alla metà del Novecento (Tagliatela, 2010; Cirillo, 2017¹; Cirillo, 2017²). In questa cornice, un argomento ancora suscettibile di approfondimento è quello della sartoria maschile che, proprio a Napoli, ha visto la presenza di una scuola di lunghissima tradizione (Tagliatela, 2010; Hosegawa, 2018). Oggi, recuperare la piena conoscenza di questa realtà è particolarmente utile alla storicizzazione del Made in Italy e a comprendere le ragioni e le dinamiche di successi o di fallimenti che ne hanno connotato il volto.

In questa occasione, si portano in luce gli esiti di uno studio dedicato a una «istituzione unica nel suo genere in Europa», il *Circolo Mediterraneo dei Sarti*, che sorse nel 1955 per sostenere la sartoria napoletana contro l'avanzare della confezione (A.S.N.). La sua nascita si inserisce nel quadro storico successivo al secondo conflitto mondiale, allorquando la moda veniva intesa come una importante leva per il rilancio dell'economia nazionale, ma trovava freni e impedimenti nel lento affiorare dell'industria della confezione. In quel tempo, le condizioni di ottimismo vissute dal comparto femminile non corrispondevano a un'analoga ascesa per quello maschile che, intanto, doveva affrontare difficoltà imposte dal cambiamento sociale e produttivo. In quello stato di cose, in Italia, se alcune aree impostarono i loro successi sull'apertura di importanti poli manifatturieri per l'abbigliamento confezionato (Merlo, 2003, 64-67; Paris, 2006, 83-90), altri cercarono una via per la sopravvivenza del mestiere praticato da generazioni: una battaglia che, nella lettura analitica e critica di una documentazione finora poco nota, fa emergere il contributo svolto dal Circolo nella fase di transizione estetica e culturale di metà Novecento.

Allora, nella complessità delle novità da affrontare, vi era tanto il bisogno di tutelare la qualità e il prestigio del lavoro sartoriale, quanto la necessità di innovare, seppur gradualmente, l'aspetto, la qualità e le tecniche di esecuzione dell'abito maschile, rafforzando, al contempo, l'identità della sartoria a scala nazionale. Obiettivo quest'ultimo a cui mirò la nascita di varie istituzioni.

2. Napoli e il Circolo Mediterraneo dei Sarti

Nel quadro della storia della sartoria maschile italiana di quella stagione, i Maestri, i loro allievi e gli apprendisti erano numerosi e di alto profilo tecnico, ma mancavano di un'organizzazione corporativa che desse riconoscimento e forza ai singoli e visibilità all'intera classe professionale. Molte azioni occorreano affinché ciò si potesse concretizzare.

A Roma, dove dal 1575 era esistita l'*Antica Università dei Sartori*, soppressa nel 1801 per volere di Papa Gregorio XIII, questa istituzione rinasce nel 1948 come *Accademia Nazionale dei Sartori*, su iniziativa del sarto romano Amilcare Minucci [Di Rienzo, Rossi, 2019, 23]. Un ente principalmente addetto alla formazione dei giovani artigiani per rispondere alle numerose richieste di manodopera provenienti dall'alta moda femminile che in quella fase vedeva il suo più eclatante sviluppo internazionale, con una ricaduta molto rilevante nell'occupazione di giovani leve; e parallelamente rivolta alla promozione di eventi e manifestazioni che consentissero ai soci di tenere in vita un mestiere prezioso, quanto fragile, per il contestuale affiorare di nuovi indirizzi nel mondo del lavoro nell'ambito dell'industria della confezione che, non solo minava il prodotto fatto a mano, ma assorbiva quelle maestranze al suo interno, offrendo condizioni di occupazione più vantaggiose. Far sopravvivere un antico mestiere era un'operazione complessa che atteneva sia alla difesa del lavoro, che alla divulgazione delle sue peculiarità artistiche e tecniche.

Analogamente, a Napoli, dove questa difesa si arricchiva di altri valori e significati connessi alla tutela di una tradizione locale particolarmente viva e numerosa, si animò un dibattito molto acceso e teso, con iniziative editoriali, promozionali e associative in risposta alla prioritaria esigenza di arginare i successi della produzione industriale, accentuando i valori storici e materiali del manufatto artigianale.

Sull'onda dei successi raggiunti a Firenze dai *Fashion Show* collettivi voluti da Giovanni Battista Giorgini e in risposta alla centralità assunta da questa città nella rete delle relazioni tra creativi, organi di stampa e pubblico, nel 1953 venne istituito il *Centro Mediterraneo della Moda e dell'Artigianato*; un'iniziativa volta a dare a Napoli il ruolo di «capitale della moda dell'Italia meridionale» (Cirillo, 2017¹, 452) e a creare maggiori opportunità di lavoro per i protagonisti del settore. Nel complesso, quest'organo puntava i riflettori sulle case di moda campane e le integrava nel circuito nazionale che allora gravitava su Roma e Firenze (Cirillo, 2023).

Con una singolare e inspiegabile sordità, queste azioni non coinvolsero il comparto sartoriale maschile che stava vivendo, invece, come anticipato, momenti particolarmente difficili. L'azione *in loco* della scuola sartoriale maschile, infatti, nel 1955 si fece strada attraverso l'istituzione dell'associazione di categoria del *Circolo Mediterraneo dei Sarti*, che fondò, nel gennaio del 1956, un proprio organo di stampa, "L'Eco dei Sarti" (cambiato dal marzo 1956 in "La Voce dei Sarti") (figura 1), destinati l'uno a offrire una "casa propria" in cui la "famiglia di lavoratori" potesse confrontarsi e incontrarsi per difendere l'avvenire di quel lavoro e l'altro a rievocare ai lettori le radici storiche del mestiere, celebrando la continuità assicurata alla loro arte dai lavori dei Maestri, e a informare delle relative azioni messe in campo (Gu. Ga., 1958). Il Circolo aveva sede nel centro antico, a Pizzofalcone, in un appartamento signorile di via Egiziaca che consentiva di ospitare tutti gli aderenti, sia in occasione di incontri operativi che in momenti di svago (*L'inaugurazione delle nuove sale*, 1957); e riuniva soci onorari, coloro che presentavano particolari meriti nelle arti, nelle professioni o nelle pubbliche amministrazioni; benemeriti, sarti anziani che avevano fatto della loro bottega una scuola per provetti artigiani e che, quindi, meritavano un

riconoscimento; fondatori, i sarti che finanziavano la vita del Circolo; infine, i soci ordinari, sarti o proprietari di sartorie della provincia di Napoli, e quelli aderenti, ovvero i familiari dei soci stessi. I suoi promotori furono i Maestri Enrico Corduas, Emilio Capparelli, Clemente Marcantonio, Giulio Savarese, Vincenzo Topa e Angelo Blasi, il quale, eletto Presidente del Consiglio all'atto della costituzione, rimarrà una figura significativa nella lunga vicenda dell'associazione (*Nuovi soci*, 1956).



Figura 1
 "L'Eco dei Sarti" (I, 1, 1956, p. 1); "La Voce dei Sarti" (I, 1 e 2, 1956, p. 1).

All'origine della crisi del settore vi erano, da un lato l'opportuna necessità di mettere in evidenza il ruolo e la forza, economica e simbolica, dell'arte sartoriale maschile, dall'altro l'annunciata contrazione delle botteghe-scuola, da cui nel tempo era gemmata la variegata rete di operatori del settore. Il carattere di "grande famiglia" che nel tempo aveva consolidato l'imprescindibile legame tra capiscuola e apprendisti, i quali, a loro volta, diramavano l'eredità tecnica dei Maestri, ma anche il carattere intimo e corporativo che stringeva per affetto e senso di responsabilità il più anziano ai collaboratori, come un padre verso i propri figli, tendeva a cadere nella visione socialista del lavoro che ora spingeva verso la richiesta di garanzie a tutela dei diritti e della dignità dell'impiego. Il tracollo delle botteghe e della loro dimensione di ineguagliabili laboratori d'arte minava i destini della storia sartoriale per l'inevitabile riduzione di manodopera, ma comprometteva sostanzialmente le prerogative di unicità, comfort, piacevolezza e perfezione degli abiti. Il loro requisito base «di risultare non altrimenti realizzabili che attraverso la confezione su misura e la manifattura artigiana» (Spagnuolo, 1955) rimaneva, infatti, un caposaldo nella campagna contro la concorrenza e invitava la categoria a non tradire questi principi, in nome di facili guadagni o di derive preoccupanti. L'abito su misura, tagliato e cucito «con cura affettuosa del sarto appassionato della sua arte, allevato a una buona scuola e scrupoloso dell'esecuzione del lavoro» (*La sartoria e il suo avvenire*, 1958) garantiva, infatti, quei caratteri di distinzione e buon gusto previsti dalla concezione elitaria dell'abito, pur senza escludere l'introduzione di quelle variazioni che ne stavano aggiornando le forme. Per rendere l'abito più pratico e, al contempo, contrastarne la spersonalizzazione, le nuove linee tendevano ad allungare le giacche «annullando ogni riferimento ragionevole alla statura del soggetto» e conferivano ai pantaloni un "andamento a vela", fissando nella lunghezza del cavallo e in quella della gamba i margini di

adattabilità per ciascuna taglia (Spagnuolo, 1955). Tutto veniva calibrato sul corpo e vi aderiva proprio nei punti maggiormente variabili da soggetto a soggetto ma, eliminando ogni sorta di imbottitura, l'adattabilità alle diverse corporature veniva affidata alla sola maestria tecnica degli operatori. In tal senso, si andava alimentando un processo di selezione che a discapito degli elementi mediocri, avrebbe favorito coloro che avrebbero saputo aggiornarsi alle esigenze di una clientela più moderna. A questo scopo, le menti più aperte esortavano a un'inversione di tendenza nel rapporto tra cliente e sarto, laddove questo «deve uscire dalla forma mentis tradizionale per diventare Sarto Artigiano Commerciante che sa influenzare positivamente il suo cliente determinandone e correggendone i gusti, prendendosi la responsabilità di ben vestirlo» (Bàzola, 1956). Di fronte alla realtà incontrastabile dell'invasione della «colossale concorrente della Sartoria che è appunto la Confezione in serie» occorreva assumere un atteggiamento costruttivo, secondo il quale i «pregi artistici», gli elementi «superbamente personali» apprezzati dalla clientela «ottima e affezionata» e la potenza psicologica di questi fattori andavano potenziati in una nuova visione della professione.

3. L'attività sul campo

Oltre il dibattito teorico, sul fronte pratico si inseguiva una più ampia visibilità del lavoro della categoria, attraverso la partecipazione condivisa dei soci del *Circolo Mediterraneo dei Sarti* alle numerose iniziative promozionali, tra le quali, il *Festival della moda maschile*, manifestazione collettiva – come quelle volute a Firenze da Giorgini – concepita, sin dal 1952, da Michelangelo Testa, direttore della rivista “Arbiter”, nel Casinò di San Remo, per coniugare gli interessi del settore con quelli di lancio della località ligure tra le mete del turismo costiero nazionale. Propagandare e documentare «cosa sia la moda maschile nel suo complesso e cioè una somma di valori» (Il Festival della moda maschile, 1951) di grande peso nella vita nazionale e in quella di ciascuno, significava offrire, per la prima volta in Italia, una vetrina ufficiale a un argomento fino ad allora «relegato nel repertorio [...] dei discorsi proibiti o strettamente confidenziali», rivelatasi, viceversa, una passerella affollata da «messaggeri di un'industria, di un artigianato meraviglioso» (Gli echi del Festival, 1953).

A San Remo, dal 1959, Napoli venne rappresentata dai soci del Circolo col vantaggio sia di evidenziare al pubblico e agli addetti ai lavori la maestria di una scuola – piuttosto che quella del singolo –, quanto di invitare i partecipanti a esercizi di stile che pure servivano alla qualificazione e all'aggiornamento di quella produzione. Tra le molteplici edizioni, quella del 1959 si distinse per la loro proposta innovativa di inserire il colore nel tight, riproponendo una variazione cromatica che quasi un secolo prima aveva consentito alla giacca napoletana di caratterizzare con elementi propri i modelli consolidati di altra provenienza geografica.

Su iniziativa dell'*Accademia Nazionale dei Sartori*, nel contesto dell'edizione del 1954, venne bandito il premio *Forbici d'oro* finalizzato a motivare le giovani leve della sartoria maschile italiana. Riconoscimento che verrà assegnato in più occasioni a

rappresentanti del *Circolo Mediterraneo dei Sarti*, quali furono Lirio Bambino (1957) e Francesco Ordine (1968) (Di Rienzo, Rossi, 2019, 66 e 94).

In considerazione dei molteplici vantaggi riscontrati a scala nazionale dalle manifestazioni sanremesi, nell'ottobre 1959, il Circolo, ancora presieduto dal Maestro Angelo Blasi e in collaborazione con la rivista "Arbiter" (Blasi, 1959), organizzò la rassegna *Cento anni di moda a Napoli*, tesa, appunto, a consolidare la notorietà del settore anche agli occhi degli intenditori napoletani, rendendoli protagonisti di eventi mondani abitualmente svolti in altre località e a dimostrare la durata secolare di questa tradizione (*Cent'anni di moda a Napoli*, 1959). Per la sede la scelta ricadde sulla sala d'Ercole del palazzo reale, non solo perché lì la costruzione della dimensione narrativa poteva avvantaggiarsi dell'aura aristocratica del contesto, ma anche perché la reggia e i suoi appartamenti, dal 1947, erano stati oggetto di continui interventi di restauro: giunti alla definitiva riapertura al pubblico, proprio alla fine degli anni Cinquanta, quegli spazi ricchi e preziosamente arredati documentarono ai cittadini la raggiunta "rinascita del monumento" e, al contempo, presentando una ricca collezione di costumi direttamente ispirati ai modelli più rappresentativi della Storia, una selezione di uniformi e una di abiti, già esibiti all'VIII edizione del *Festival di San Remo*, celebrarono le immutate competenze artistiche dei "principi delle forbici" partenopei (Cirillo, 2023).

Sostenere lo spirito corporativo, incentivare l'amor proprio con premi e riconoscimenti e alimentare la formazione non sono, tuttavia, i soli espedienti che consentirono di risolvere le criticità del momento, poiché sostanzialmente i sarti, nella gran parte dei casi, possedevano ottima tecnica e competenza, relativa alle fasi di taglio, cucito e stiratura, ma non quella creativa propria di un couturier. Alla vitalità di proposte che al momento si registravano nel comparto femminile, con una offerta sempre più ricca di varianti e modelli, anche all'interno di segmenti più nuovi e versatili quale era la moda boutique, non corrispondeva un analogo processo innovativo nel settore maschile, tanto per una sorta di immobilità delle "divise" da uomo, quanto soprattutto per una relativa capacità inventiva dei sarti dediti a questo mercato. A supporto di tale esigenza l'*Accademia Nazionale dei Sartori*, dal 1956, pubblicò e divulgò la "Carta della Moda Maschile" (figura 2) – che dal 1966 verrà denominata "Documento Moda", a valle degli accordi di collaborazione con la *Federsarti* e il *GIDAM* –, uno schema grafico, supportato da poche informazioni tecniche di massima, «indicativo degli orientamenti dello stile e delle varianti cui si ispirerà la foggia dei vestiti per uomo nell'anno in corso» (Di Rienzo, Rossi, 2019, 63). Uno strumento, idealmente finalizzato a «eliminare il disordinato diffondersi di modelli e particolarità variamente circolanti e non sempre rispondenti a sani criteri di estetica ed eleganza» (I Carta della Moda Maschile, 1956), che dava l'illusione di fornire una guida a chi stentava a seguire il ciclico cambiamento stagionale dell'abbigliamento, uniformando i risultati, per non creare un'insana competizione tra i vari laboratori.

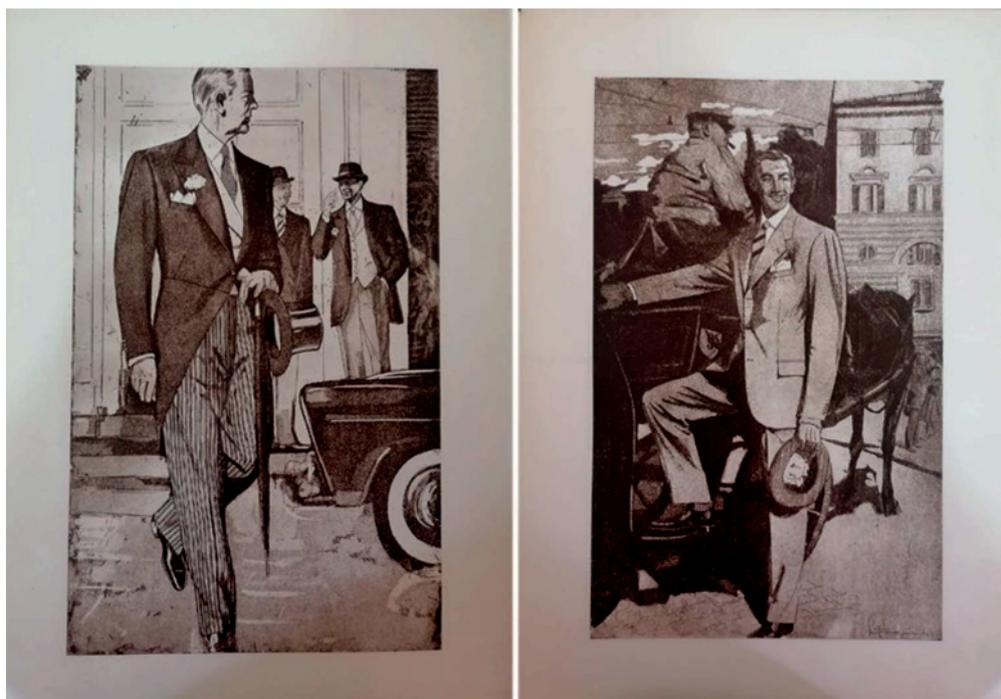


Figura 2
Luigi Tarquini, kraus
e abito da mattina
nella *I Carta della Moda
Maschile*, 1956.

Nello specifico, il progetto fu curato dall'artista Luigi Tarquini (1920-2009), collaboratore fidato dell'*Accademia Nazionale dei Sartori*, fondatore della rivista "Costume" – indirizzata proprio alla diffusione di «un'ampia documentazione dedicata alla moda maschile» (Napoleone, C., 1999) –, che nel moderno ruolo di stilista supportò non solo la sartoria Brioni di Roma nel disegno di molteplici collezioni, ma fece parte anche dell'organizzazione della XIV edizione del *Festival della Moda Maschile di Sanremo*, redigendo proprio con i sarti napoletani la collezione *Tempo libero* (La linea napoletana al Festival, 1965).

La "Carta" del 1956 propose un indirizzo ancora articolato in completo da mattina e da pomeriggio, da smoking, frak e kraus – caratterizzato dai revers con taglio a "indice" – per le cerimonie (figura 3). Nella sintesi complessiva le giacche avevano spalle leggermente quadrate, senza imbottitura o quasi e i calzoni erano piuttosto aderenti; i colori predominanti erano per la stagione estiva dal grigio chiaro fino all'azzurro, mentre per quella invernale i toni del grigio e del marrone; blu notte e nero per smoking, frak e kraus (*I Carta della Moda Maschile*, 1956). L'iniziativa fu ben accolta dalla ricca compagine dei sarti napoletani poiché vista come la risposta a una esigenza comune (*Commento alla Carta*, 1956), tant'è che nell'edizione del 1958-59, che animò la *I Rassegna di Alta Moda Maschile* promossa dall'*Accademia dei Sarti* con il *Comitato Italiano Alta Moda Maschile* e la *Federsarti*, le cinque napoletane presenti - quali Angelo Blasi, Luigi Caggiula, Antonio Gallo, Luigi Piemontese, Antonio Schiraldi, Francesco Argento - si allinearono a queste direttive, insieme alle altre 14 partecipanti, a tutela del necessario continuo aggiornamento delle linee da portare sulle passerelle nazionali e, di riflesso, ai propri fedeli clienti. In quell'anno vennero declinati i temi della cosiddetta "Linea Alta": riportare lo stile dell'abito verso l'alto costringendolo a una maggiore compostezza; definire spalle molto dritte, prive del

tutto o quasi di imbottitura; spostare i bottoni in su facendo risultare la giacca più rigida e chiusa nella parte superiore e maggiormente sciolta dalla vita in giù (III Carta della Moda Maschile, 1958-59).

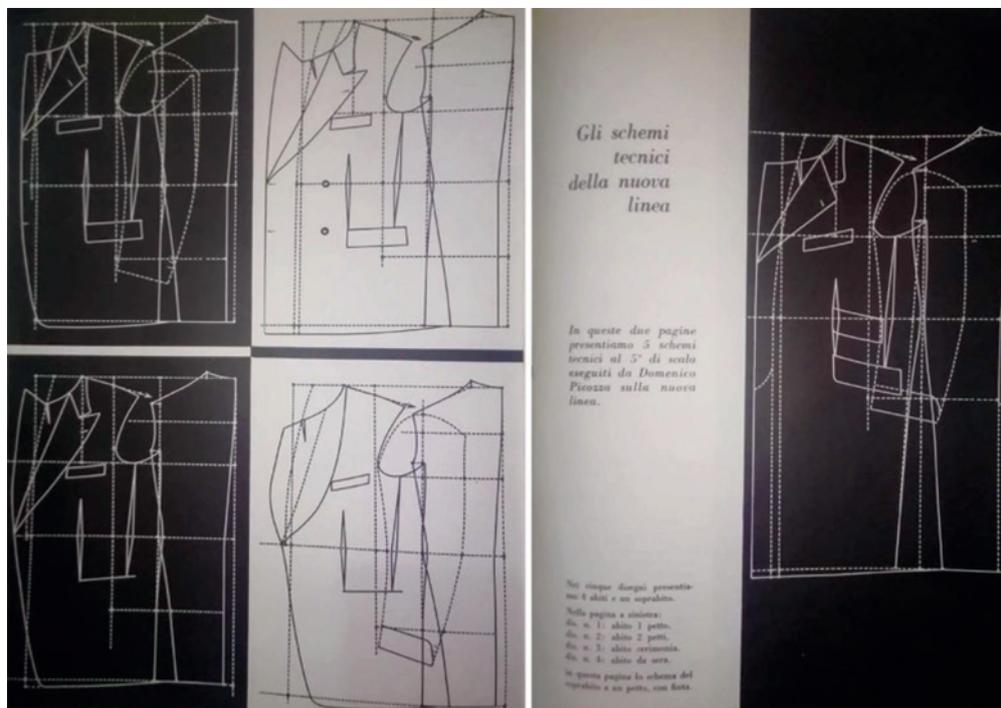


Figura 3
Luigi Tarquini, schemi tecnici della linea proposta nella "III Carta della Moda Maschile", 1956.

Le due istituzioni, l'*Accademia Nazionale dei Sartori* e il *Circolo Mediterraneo dei Sarti* di Napoli, condivisero, dunque, molte battaglie e videro la partecipazione attiva di rappresentanti della sartoria napoletana, tra i quali, con il ruolo di consigliere e, successivamente, di console dell'Accademia, spiccò Luigi Caggiula, erede della bottega che il nonno Luigi e il papà Antonio avevano portato avanti con grandi meriti dal 1855 (figura 4). Portavoce a Roma delle esigenze dei soci del *Circolo Mediterraneo dei Sarti* e tramite per i napoletani di quelle dell'*Accademia nazionale*, è stata una delle voci più influenti nelle vicende della sartoria maschile, capace pure, dal punto di vista pratico, di dare prove di gusto e qualità nelle proposte che periodicamente venivano presentate nei consessi ufficiali (Tagliatela, 2010, 17).



Figura 4
Abiti di Luigi Caggiula
per la Rassegna "Linea
Accademia" (1968).

4. Conclusioni

Nella lunga attività promossa a scala locale o anche nazionale, il *Circolo Mediterraneo dei Sarti* è riuscito a creare un rapporto sinergico e collaborativo tra i vari soci, dando un'evidente e consistente identità alla vasta rete di sartorie napoletane. Ha avuto il merito, peraltro, di portare avanti per quasi venti anni un proprio periodico che, se non altro, ha registrato il dibattito e le tappe più significative di questa realtà, consentendoci oggi di entrare nel vivo di quella animata vicenda della storia della moda italiana. E, alla resa dei conti, ha consentito un'adeguata sopravvivenza a molte sartorie, avvantaggiate dal confronto, dallo spirito di emulazione e dall'aggiornamento imposto dalle manifestazioni cicliche a cui esso stesso ha sempre spinto i suoi soci a partecipare.

Si è reso, dunque, un importante collante di molte micro-realtà con lo scenario italiano e ha tenuto in piedi una scuola che negli anni a seguire ha potuto riemergere nel comparto del tailoring di lusso, attuando quelle modifiche di approccio che nel dibattito stesso erano emerse indicando la strada per il futuro alle menti più intraprendenti e meno chiuse nella visione tradizionale della bottega: percorso intrapreso da figure come *Ciro Paone*, *Vincenzo Attolini*, *Enrico Isaia* e *Angelo Blasi* stesso che dopo questa stagione critica e molto significativa per gli operatori del settore, hanno intuito di poter modificare la grande tradizione della sartoria napoletana solo contaminandola con gli standard del lavoro industriale (Pagano, 2012, 16; Cirillo, 2023), ovvero definendo il disegno delle collezioni col supporto di creativi, inquadrando l'impiego degli operai nella dimensione formale di un rapporto di lavoro, scegliendo nuove e attrezzate sedi, senza perdere l'altissima qualità tecnica e materica sempre richiesta alla sartoria fine.

Le autrici hanno condiviso i contenuti del saggio, ma sono specificamente a firma di *Ornella Cirillo* i paragrafi 2 *Napoli e il Circolo Mediterraneo dei Sarti* e 4 *Conclusioni* e di *Vincenza Caterino* i paragrafi 1 *Introduzione* e 3 *L'attività sul campo*.

References

- Bàlzola, A., (1956). Un grande merito della confezione in serie. *La Voce dei sarti*, anno I – n.3, p. 7.
- Blasi, A., (1959). Sanremo a Napoli. *La Voce dei Sarti*, anno IV – n.9, p. 1.
- I Carta della Moda Maschile, 1956.
- III Carta della Moda Maschile, 1958-59.
- Cent'anni di moda a Napoli. *Arbiter: rivista di vita maschile*, dicembre 1959-gennaio 1960, pp. 33-43.
- Cirillo, O., (2017)¹. La moda a Napoli, un bene im/materiale da ri-conoscere. *La Baia di Napoli, strategie integrate per la conservazione e la fruizione del paesaggio culturale*, Vol. I, pp. 452-456.
- Cirillo, O., (2017)². Mario Valentino. Una storia tra moda, design e arte. Skira.
- Cirillo, O., (2023). Città e moda, luoghi e protagonisti a Napoli tra fine '800 e metà '900. *Arte'm*.
- Commento alla Carta. *La Voce dei Sarti*, anno I – n.1, marzo 1956, pp. 1-5.
- Difficile momento per l'arte sartoriale. *La Voce dei Sarti*, anno I – n. 1, aprile 1956, p. 1.
- Di Rienzo, S., Rossi, M.S., (2019). Dall'Universitas Sutorum all'Accademia Nazionale dei Sartori. De Luca editori, pp. 19-39/ 66-67/ 93-94.
- Fulbert, F. P., (1958). Anche la moda maschile ha il suo slogan "linea alta". *La Voce dei Sarti*, anno III – n. 5, p. 1.
- Gli echi del Festival della moda maschile. *Arbiter: rivista di vita maschile*, ottobre-novembre 1953, p. 47.
- Gu. Ga., (1959). Il Circolo Mediterraneo dei Sarti. *La Voce dei Sarti*, anno III – n. 12, p. 2.
- Hosegawa, Y., (2018). Sartoria italiana, uno sguardo nel mondo dei grandi sarti italiani. Skira.
- L'inaugurazione delle nuove sale per l'ampliamento del nostro Circolo. *La Voce dei Sarti*, anno II – n. 16, luglio 1957, p. 4.
- La linea napoletana al Festival. *La Voce dei Sarti*, anno X – n. 7, luglio 1965, p. 4.
- La sartoria e il suo avvenire. *La Voce dei Sarti*, anno III – n. 14, aprile 1958, p. 5.

Merlo, E., (2003). *Moda italiana. Storia di un'industria dall'Ottocento a oggi*. Marsilio editori.

Napoleone, C., (1999). *Enciclopedia di Roma. Dalle origini all'anno Duemila*. Franco Maria Ricci editore.

Nuovi soci. *L'Eco dei Sarti*, anno I – n. 1, gennaio 1956, p. 6.

Pagano, A., (2012). *L'oro di Napoli. Eccellenze aziendali all'ombra del Vesuvio*. Rogiosi, pp. 14-22.

Paris, I., (2006). *Oggetti cuciti. L'abbigliamento pronto in Italia dal primo dopoguerra agli anni Settanta*. Franco Angeli editore.

Primo Festival della moda maschile e congresso dei sarti a Sanremo. *Arbiter: rivista di vita maschile*, novembre-dicembre 1951, f.s.n.

Spagnuolo, S., (1955). *La nuova Linea ha un nobile "pedigree"*. *Arbiter: rivista di vita maschile*, luglio-agosto, p. 121.

Tagliatela, M.A. (2010). *La creatività sartoriale campana, abbigliamento maschile e moda mare*. Arte'm Editori, pp. 16-18.

Taruffi, M. (2022). *Casinò di Sanremo. Festival della Moda Maschile. Il Made in Italy veste il mondo*. De Ferrari Editori.

Fonti archivistiche

A.S.N, Prefettura di Napoli, Gabinetto, I versamento, b. 001393/001-003, f.s.n.