

INDUSTRIA
STILE
BELLEZZA

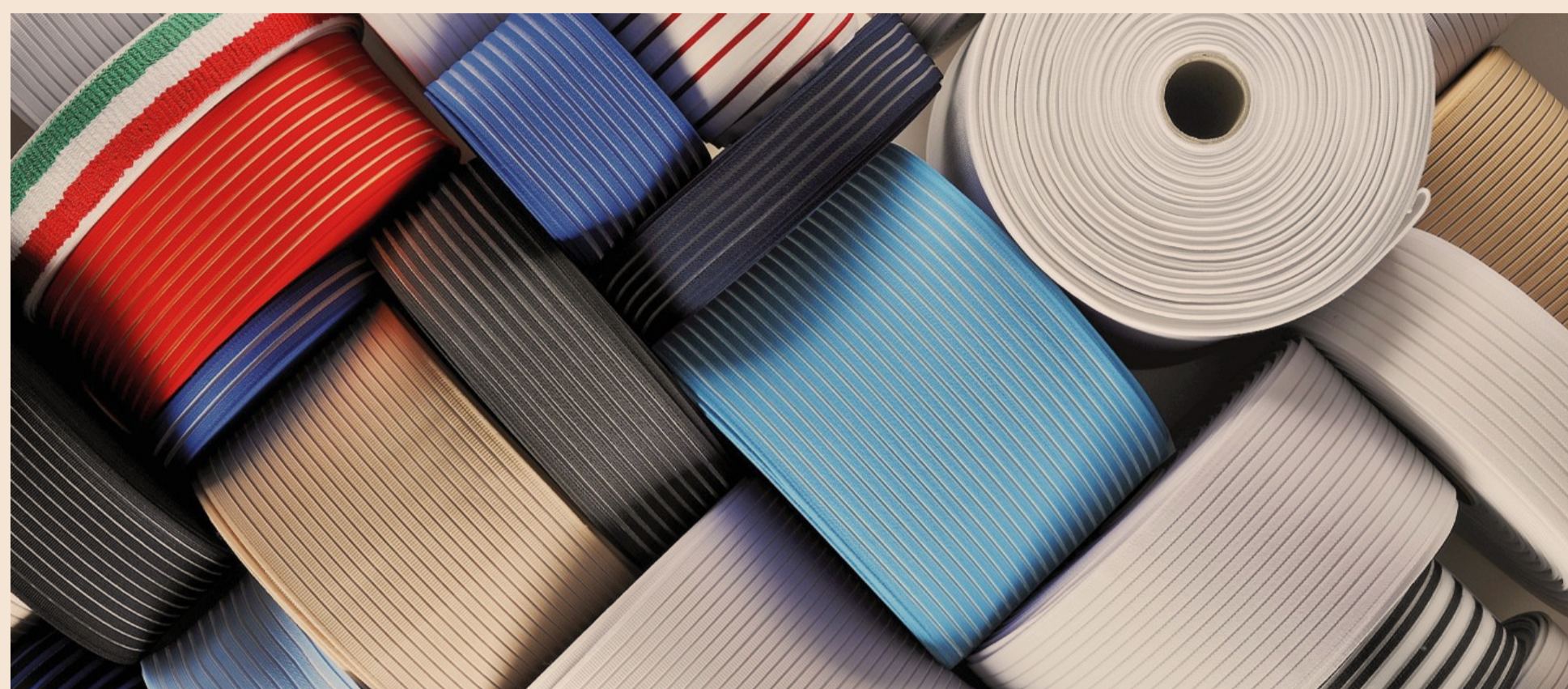
.moda

Ospitalità
Benessere di lusso
nella natura
all'Adler Lodge Ritten
nuovo eco resort
sulle DolomitiInaugurata a fine giugno la struttura
panoramica è stata costruita in bio-edilizia
sull'altopiano del Renon

— Marika Gervasio

Panoramico. L'Adler
Lodge Ritten si trova
a 1.200 di altitudineTrova di più sul sito
www.ilssole24ore.com/moda

.professioni .casa — LUNEDÌ .salute — MARTEDÌ .lavoro — MERCOLEDÌ novità.tech — GIOVEDÌ .moda — VENERDÌ .marketing — SABATO .lifestyle — DOMENICA



Non solo tessile. A Milano Unica, la cui 29esima edizione si è chiusa ieri alla fiera di Milano-Rho, è presente una selezione di espositori, molti dei quali riuniti nella sezione Modalin, che producono accessori per il tessile. Il prossimo appuntamento sarà dal 25 al 27 settembre a Shanghai. Nella foto, una produzione della Remmert, azienda di San Maurizio Canavese che ha alle spalle 140 anni di storia

Nastri, pietre, bottoni. I produttori di dettagli d'eccellenza made in Italy, insidiati dalla concorrenza cinese, hanno conquistato i big del lusso con qualità e flessibilità

Accessori personalizzati
e green volano per le Pmi

Marta Casadei

Ribaltando il detto popolare che dice che il diavolo sta nei dettagli, quando si parla di moda - e, soprattutto, di moda made in Italy - si può dire che è l'eccellenza a "stare" nei dettagli: ricami, bottoni, nastri, fibbie, pietre applicate. Elementi senza il quale un abito o una borsa perderebbero non solo ricchezza, ma vedrebbero scalfito il proprio Dna, sia in termini creativi sia manifatturieri.

L'industria italiana degli accessori tessili - questa settimana tra i protagonisti di Milano Unica, manifestazione dedicata ai tessuti che si è chiusa ieri alla fiera di Rho - è fatta di aziende piccole, molto spesso storiche, quasi sempre a gestione familiare. E negli anni ha dovuto fronteggiare la concorrenza dei produttori stranieri (in particolare, aziende cinesi e del sud asiatico) che si sono imposte sul mercato globale con prezzi bassi e prodotti accattivanti.

Le imprese, però, non si sono arrese, anzi: «Per vincere la sfida con i mercati asiatici - spiega Federica De Bernardi del Nastrificio De Bernardi di Concorezzo (Mb) - abbiamo deciso di puntare a un mercato di nicchia: non produciamo nastri standard, ma cerchiamo di utilizzare sempre fibre diverse e armature sempre più ricercate. E di garantire ai nostri clienti un prodotto quanto più possibile personalizzato. Nelle nostre tintorie interne, per esempio, tingiamo dai 50 ai 50 mila metri». Il Nastrificio De Bernardi è stato fondato nel 1946 da tre fratelli e originariamente produceva nastri in velluto per la bordatura di coperte, oggi fa circa 7 milioni di euro di ricavi all'anno, ha 55 dipendenti e produce per il lusso: «Abbiamo molti clienti in Italia e in Francia, ma esportiamo solo il 35%, una cifra che ci piacerebbe incrementare».

Un altro produttore di nastri presente a Milano Unica è la Remmert, 9 milioni di euro di ricavi (ma è parte del gruppo Martinetto, che fattura 20 milioni) e un continuo dialogo con i marchi del lusso. «Abbiamo costi di produzione alti ri-

spetto al resto del mondo, ma non possiamo fare altrimenti. Per questo lavoriamo solo con chi fa prodotti di alta qualità», spiega Antonella Martinetto, ad di Remmert. L'azienda di San Maurizio Canavese, 70 dipendenti, ha alle spalle 140 anni di storia e ha saputo reinventarsi per stare al passo con i tempi: «Oggi il nostro focus è sulla sostenibilità: stiamo lavorando alla costruzione di una filiera eco compatibile e sull'uso di filati alternativi - continua Martinetto -. Non è uno sfizio, ma una necessità, anche perché lavorare con i gruppi del lusso significa essere sottoposti ad audit molto severi. Una misura che ritengo molto costruttiva: ci aiuta a cambiare in meglio».

La sostenibilità è un concetto chiave nel settore tessile-moda (e non solo) e le aziende degli accessori stanno investen-

do nella ricerca di materie prime e lavorazioni a basso impatto ambientale. Tra queste c'è la Ramponi, che produce pietre, strass, borchie e ricami (complice l'internalizzazione di un ricamificio) che vanno a impreziosire capi e accessori di «dieci tra i marchi del lusso più famosi al mondo, tra cui Valentino. L'attenzione alle materie prime "naturali", che vanno dalle pietre alle conchiglie spiaggiate, sta aumentando e vorrei far crescere il business in questo senso», spiega il ceo Alfredo Ramponi. In concreto, gli uffici stile dei brand sottopongono all'azienda di Carbonate (Como), 15,5 milioni di ricavi nel 2018 e 70 dipendenti, i propri disegni che vengono poi "trasformati" in decori e ricami: «A volte ci arrivano richieste estreme, sta a noi rendere possibile l'idea creativa e produrla in esclusiva per il

I NUMERI DEL TESSILE

7,95 miliardi

Fatturato 2018
In crescita dello 0,8% sul 2017 (le stime sono state riviste al rialzo)

4,31 miliardi

Export 2018
Il surplus commerciale è stato di oltre 2,4 miliardi

+15,5%

Export verso gli Usa del 1° trim.
Ottimo anche il dato Uk: +13,7%. Male la Germania (-18,8%)

cliente», conclude Ramponi.

Il dialogo con una clientela internazionale e sempre più esigente è un tassello chiave della strategia del Gritti group di Grassano (Bg), che dal 1924 produce bottoni (in primis in madreperla): «Oggi ci viene chiesta non solo una reattività continua nei confronti delle esigenze dei clienti, ma anche la capacità di proporre soluzioni che possano rispondere a quelle esigenze», spiega Paolo Gritti, vice presidente del gruppo che ha un fatturato consolidato di 20 milioni di euro, per il 65% realizzato oltre confine tra clienti del segmento medio e lusso, ed è a gestione familiare. «Lavorare in famiglia? Ci ha permesso flessibilità, prendendo decisioni anche rischiose ma sempre con un atteggiamento sereno», chiusa Gritti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Aziende storiche

Botto Poala: Italia leader nella sostenibilità

Giulia Crivelli

Fino alla primavera del 2020 Ercole Botto Poala resterà presidente di Milano Unica, la più importante fiera europea del tessile di alta qualità, arrivata alla 29esima edizione e che si è chiusa ieri a Milano. «Poi tornerò ad avere solo un cappello, quello di amministratore delegato di Reda, il lanificio di famiglia - racconta -. Sono orgoglioso di aver raccolto il testimone, nel 2015, da Silvio Albini e di aver ulteriormente rafforzato il ruolo di Milano Unica, ma sento anche nostalgia di un ruolo a tempo pieno in azienda: adoro aggiornarmi in fabbrica o sfogliare i grandi libri che compongono l'archivio e che contengono decine di migliaia di campioni di tessuto. Odorano di storia, di passione, di know how artigianale».

Reda è tra le prime dieci aziende italiane del tessile: il fatturato 2018 è salito del 6,5% a 115 milioni. «Nel 2017 eravamo cresciuti a doppia cifra e rallentare piace sempre un po', ma è anche fisiologico - sottolinea Botto Poala -. Il tessile dipende comunque dalla parte a valle della filiera, i marchi della moda, e in parte dalle tendenze stagionali. Fino a qualche anno fa i "cicli" di gradimento dei tessuti erano spalmati su tante stagioni, ora è tutto molto veloce. Non è necessariamente un male, ma bisogna tenerne conto ed essere sempre più reattivi».

Le fiere come Milano Unica servono anche a questo: cogliere gli umori del mercato, vedere cosa fa la concorrenza, rafforzare legami con clienti e colleghi imprenditori. «È molto tempo che tra gli stand non si firmano più ordini, ma incontrarsi di persona e, per gli



Flexo. La nuova flanelle cardata riciclata della linea "elastica" di Reda

© RIPRODUZIONE RISERVATA

operatori, vedere e toccare i tessuti resta fondamentale e l'anticipo dell'edizione della seconda parte dell'anno da settembre a luglio è stata una scelta azzeccata», aggiunge l'ad di Reda.

Sul tema della sostenibilità, Botto Poala, come imprenditore e come presidente di Milano Unica, tiene a ricordare che la filiera del tessile - abbigliamento italiano ha già oggi le best practice europee e mondiali. «All'interno della linea Reda Flexo abbiamo appena presentato una flanelle cardata riciclata, che, come ogni tessuto Flexo, utilizza il polimero di nuova generazione Roica V550, progettato dal team ricerca e sviluppo di Asahi Kasei - conclude -. È una vera e propria innovazione in termini di fibra elastica sostenibile ed è su questa strada che continueremo a muoverci e investire».

PANORAMA

TRA GLI STAND

Lana e cashmere elastici
per Trinaldo Tognà

«Rappresento la quinta generazione della famiglia fondatrice e mia figlia è già entrata in azienda: è una responsabilità importante, quella di preservare il know how artigianale costruito a partire dal 1840. Responsabilità, non peso: ci sentiamo custodi dei valori aziendali, del territorio, della storia di questa valle». Luca Trinaldo Tognà è amministratore delegato del gruppo biellese Trinaldo Tognà e alla fiera Milano Unica (si vedano gli articoli in pagina) ha presentato le ultime novità di prodotto.

«Il tessuto Estrato ha debuttato nel 2018 ed è motivo d'orgoglio per il lanificio e per tutte le persone che ci lavorano e che hanno perfezionato questi tessuti e oggi sono fondamentali per produrli - aggiunge Trinaldo Tognà, erede di una storia iniziata a Trivero 180 anni fa -. Estrato è l'unico tessuto al mondo in lana e fibre nobili che possiede un'elasticità naturale fino al 40%, senza aggiunta di fibre di sintesi. Ha avuto un grandissimo successo e nel 2018 ha fatto crescere il fatturato a doppia cifra». Estrato ha colto una tendenza, anzi, un cambiamento irreversibile in atto nella moda maschile e femminile, quello verso l'athleisure, un passo successivo rispetto al casualwear.

«Non si tratta solo di vestire in modo meno formale, ma di usare capi che hanno caratteristiche simili a quelle dei capi per vere e proprie attività sportive - aggiunge Trinaldo Tognà -. Estrato potrebbe indossarlo un ballerino e mentre danza continuerebbe a sentire il suo corpo duttile, sciolto, leggero, non costretto da alcuna barriera tessile». All'inizio Trinaldo Tognà produceva solo una versione in lana di Estrato; la ricerca ha permesso di traslarlo su tessuti in cashmere, cashmere-seta e sulle lane finissime.

Appurato che l'innovazione è la bussola e il segreto del successo dell'azienda, l'ad parla con orgoglio anche dell'altro grande impegno, quello sulla responsabilità sociale dell'impresa. «Per me e per le quattro generazioni che mi hanno preceduto sostenibilità significa rispetto dell'ambiente e delle persone - conclude Luca Trinaldo Tognà -. Vale per chi lavora in azienda e per tutta la filiera della quale siamo parte. Da una parte, miglioriamo costantemente l'ambiente di lavoro e i benefit per tutti i collaboratori. Dall'altra, teniamo alla tracciabilità e lavoriamo con enti di certificazione esterni: un prodotto è sostenibile solo se lo è l'intero processo e ci sentiamo responsabili anche delle fasi, come allevamento e produzione dei filati, che non seguiamo direttamente, ma di cui vogliamo sapere tutto».

— G.Cr.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Estrato. Tessuto in lana e fibre nobili con un record di elasticità

CONCORSI

L'Its di Trieste valorizza
l'archivio dei talenti

«Abbiamo conservato tutto», dice con orgoglio Barbara Franchin, patron e inventore di Its-International Talent Support, il contest triestino che dal 2001 agisce da collettore e sismografo della giovane creatività modaiola. Si riferisce ai materiali del concorso: abiti, portfolio, ephemera, forniti autori in erba che nel capoluogo friulano giungono ogni anno dai quattro angoli del globo.

L'edizione 2019 si svolgerà questa sera a Trieste secondo le usuali modalità, che vedranno i concorrenti giudicati da una giuria anch'essa internazionale nella quale spiccano Renzo Rosso, Carlo Capasa di Camera moda e Raffaello Napoleone di Pitti Immagine. C'è però una novità, volta a radicare ancor più Its nel territorio. Dall'accordo con la Fondazione Cassa di Risparmio di Trieste, con il sostegno della quale si sono avviati i lavori di ristrutturazione della nuova sede di Its, nasce Arcademy, insieme luogo di formazione e di esposizione, spazio polifunzionale non profit dedicato a professionisti e non, nel quale i materiali raccolti in quasi vent'anni serviranno a organizzare mostre, corsi pratici, workshop creativi, incontri. C'è un che di struggente e tragicamente romantico nel cristallizzare così la creatività studentesca, e c'è indubbio pragmatismo nel non buttar via nulla. Lo spirito di Its è tutto in questo contrasto.

— Angelo Flaccavento

© RIPRODUZIONE RISERVATA