

CUORE TESSILE

In Veneto c'è un sottobosco silenzioso che produce per il sistema moda internazionale. A scapito della delocalizzazione spinta, l'alto di gamma ha un mercato e si è ripreso. Le imprese assumono manodopera e innovano. Il plus è la lavorazione a mano. Dal ritorno alla seta, ai nuovi brand fino alle lane solo italiane: viaggio dove il made in Italy dà lavoro e valore

C'è un sottobosco silenzioso che lavora alacremente, anche rifiutando commesse perché la produzione è saturata, e rappresenta lo zoccolo duro del sistema moda italiano e internazionale. È il tessile veneto (stoffe, filati, maglieria d'alto di gamma) che vive di artigianalità, di macchine che funzionano solo se comandate dall'uomo, di sarti e tagliatori esperti, di cura dei particolari (bottoni ed etichette cucite a mano) e di mercati perlopiù francesi, quelli delle ben note griffe che trovano in Veneto le uniche imprese al mondo capaci di produrre capi quasi perfetti per mercati di nicchia. Quelli che i «cinesi non riescono ancora a fare».

Manifattura a una svolta

Questo non è un articolo di numeri. Ma di racconti di un sistema visto e osservato. Che talvolta non ha neanche tempo per narrarsi.

«Il 2009 è stato l'anno nero per tutti, ora non so dire se la crisi è finita; il mercato italiano è fermo ma l'esport design oggi un quadro interessante e promettente», spiega Michele Bocchese, presidente del Sistema moda vicentino e sales manager del Maglificio Miles. «Credo che la manifattura italiana sia a una svolta: il grosso della produzione di fascia bassa se n'è andato e non tornerà. Bisogna però tutelare quello che rimane e il nostro Dna. La Francia non produce più, è rimasta l'Italia, qualcosa c'è in Spagna e Grecia e la Turchia è sempre più aggressiva. I mercati in crescita non sono ormai molti, ma la Cina è pienamente in espansione e chiede il made in Italy».

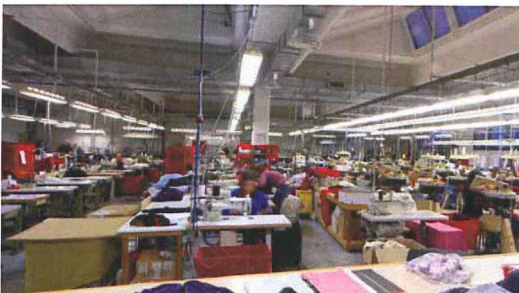
Tra Treviso e Vicenza

Il viaggio comincia dall'arco della pedemontana veneta. Ed è fatto di aziende che neanche somigliano a capannoni e che hanno nomi storici come il Cotonificio veneto di



Roberto Bottoli, titolare del Lanificio. Sopra: il Maglificio Ferdinand

Vicenza, legato a quell'Alessandro Rossi di Schio, pioniere dell'industria italiana. O nel Bassanese al Lanificio Bonotto che produce tessuti d'arte per griffe di lusso, ma utilizza



telai e macchine degli anni Cinquanta. E ha perfino riscoperto vecchie figure professionali ormai scomparse.

Ci sono poi il Maglificio Ferdinand (circa 100 dipendenti per l'80% donne) immerso nel verde di Vazzola nel trevigiano o la casa con il mulino a fianco del Lanificio Bottoli (40 dipendenti, oltre 240 clienti attivi) costruito su un'antica caserma a Vittorio Veneto vicino alla storica Serravalle. Attorno a Bottoli fino a qualche anno fa c'erano altri quattro lanifici ma ora è rimasto solo il suo. La qualità è data dalle pecore, personalmente allevate, «solo lana italiana». La capacità è di saper scegliere la matassa da sbrogliare, riconoscere la lana al tatto. Incrociarla e non colorarla per un prodotto ecologico che poi diventerà giacca. Questa la specialità del Lanificio: il capossalla, tinta fantasia. «Non siamo l'ultimo panda», ironizza Roberto Bottoli, imprenditore e presidente del sistema moda trevigiano. «Siamo rimasti tra i pochissimi lanifici a ciclo completo» dice. «Il problema oggi è che sono scomparsi i terzisti».

La crisi, dolce-amara

La filiera è saltata, lo confermano tutti. La sorpresa dolce-amara è che oggi non è però più difficile trovare quella manodopera che fino a poco tempo fa era esaurita. Le scuole mancano ancora, di profili nuovi ne emergono pochi ma «con le numerose chiusure» spiega Ferdinando Tomasin, responsabile marketing e commerciale dell'omonimo maglificio – sono in molti a bussare alla porta; il problema resta quello della manodopera davvero specializzata in grado di produrre eccellenza.

breve periodo dalle stesse aziende per cui lavorano oggi a façon. Pochi casi, ma buoni volumi. Ci sono infine gli acquisti sul mercato. Pier, di Casale sul Sile ha infatti inglobato il maglificio Alessandro conservando dieci persone e completando il ciclo della sua produzione.

Ritorno alla seta

Le materie prime nel frattempo sono impazzite. «Ci sono molte meno pecore» spiega Bottoli – negli anni 70 se ne contavano 130 milioni oggi siamo a 80 milioni. Anche il cotone è raddoppiato. La variabile dei consumi della Cina è fondamentale sui prezzi».

Ma c'è anche un ritorno alla seta, soprattutto nell'uomo. Lo sottolinea Bocchese che nel 2010 «ha fatto una scelta controcorrente»: rilevare e ricostituire la proprietà della vecchia azienda del nonno, Bocchese 1908, antico setificio di inizio secolo nel vicentino «il rilancio del marchio e del prodotto è legato alla ricerca sul passato storico» spiega l'imprenditore – siamo riproponendo tessuti scomparsi a una clientela alta, tutto made in Italy. La chiave è l'innovazione, la ricerca estrema come il doppiopino, un tessuto tipo shantung che però ripropone quel filo ruvido (la bava) sia nella trama che nell'ordito e gli dà un aspetto quasi tridimensionale». Ma c'è anche la seta vintage e pure quella sportiva.

Fattore I

E l'innovazione può essere di casa anche in un'azienda di tradizionale manifattura che da artigiana è divenuta industriale. Maglificio Ferdinand oggi realizza produzioni per

una decina di brand d'alta moda italiana e francese. Da qui escono dai cento ai mille capi per collezione, obiettivi: eccellenza. Il lavoro si divide con altri laboratori qualificati della zona. C'è solo un problema: «C'è molto ritorno dall'estero in Italia» – spiega Tomasin – ma purtroppo i grandi che rientrano propongono il prezzo che avevano fuori confine. E bisogna decidere se starci o no, molte volte prendiamo commesse a bassissima marginalità. Siamo i responsabili del processo produttivo di un capo ma anche quelli più penalizzati dalla corsa dei prezzi della concorrenza».

Atolatori industriali

«Tradizione artigianale e sartoriale coniugata con le esigenze di un'industria moderna» anche per Forall-Pal Zileri specializzata nel capossalla e nell'intelato, con uso di soli materiali naturali: pelo di cammello, crine di cavallo, puro cotone. Qui, nel centro di un paese (Quinto vicentino) che coincide con la fabbrica, si gestiscono a mano ancora molti passaggi perché spiega Miola «all'estero il made in Italy è un plus».

Ne sa qualcosa, di osare alto e anche diverso Marzia Narduzzi, erede con il fratello Alessandro dell'azienda fondata dai genitori a Casale sul Sile (tv) negli anni 70. Pier, questo il nome, con il cambio generazionale, è divenuta atelier e fucina di marchi all'avanguardia. Gestisce le linee alto di gamma come Alaïa, Dior homme, Dries Van Noten, Jean Paul Gaultier, Kris Van Assche ma il cuore pulsante sono i nuovi marchi Band of Outsiders, Dou Dou, People o Superline. «Forte identità e produzione», così spiega Narduzzi che sottolinea i costi di un atelier interno (30 persone) ma anche la voglia di restare perché non vogliamo essere importatori né solo progettisti. «Lo spazio c'è basta allontanarsi dai capi costruiti dai Paesi a basso costo. Per questo abbiamo scelto prodotti complessi e piccole tirature». Ci sono le stoffe dei neonati, profumate e senza cuciture, fatte per i grandi. Linee uomo adatte alla donna. «Tutte le linee giovani sono compartecipate e prevedono un grosso sforzo e investimento iniziale. La chiave di volta è la distribuzione che deve incontrare target sofisticati. E questo vale anche per magliette da poche decine di euro. Perché la qualità che non compete con il fast fashion imperante si deve distinguere. Sempre».

(firma puntata)