

In vetrina. Le strategie di reazione delle imprese

Qualità e ricerca per ripartire

Marika Gervasio
MILANO

Il made in Italy è l'unica soluzione per superare il momento di difficoltà che i mercati stanno attraversando. Bisogna reagire e affrontare l'incertezza sperimentando e ricercando con tecniche innovative di stampa e filatura. Perché chi resta fermo a guardare non solo perde un'occasione, ma non sopravviverà. A sostenerlo sono molti operatori del settore tessile che alla nona edizione di

LE SCELTE

Tessile Frigerio investe in R&S il 10% dei ricavi Lanificio dell'Orso si affida alla rete locale degli artigiani specializzati

I PROGETTI

Besani punta a valorizzare la produzione solo italiana Guabello (Marzotto) spinge sulla personalizzazione dell'offerta finale

Milano Unica (fino a venerdì a Fieramilanocity) presentano le proposte per l'autunno-inverno 2010-2011.

«Investiamo fino al 10% del nostro fatturato, pari a circa 3-4 milioni l'anno, in ricerca e sviluppo per le nostre collezioni» spiega Lorenzo Frigerio, titolare della Tessile di Frigerio & Co. di Lora, in provincia di Como, specializzata nella seta stampata. E aggiunge: «La ricerca e la creatività per proporre nuovi disegni e tessuti sono la nostra carta vincente assieme al made in Italy, una questione sulla quale non si discute: significa tradizione, eccellenza, know how».

In un momento di difficoltà come questo a soffrire di più, secondo Frigerio, sono proprio i piccoli laboratori, come quelli di confezione per conto terzi, soprattutto di fascia media. «Lasciare che queste real-

tà chiudano - afferma Frigerio - significa perdere l'artigianalità che ci contraddistingue, che ci ha reso e ci rende famosi e apprezzati in tutto il mondo. Peccato che i politici non capiscano questo problema».

Cento per cento made in Italy, anzi nel distretto Biellese, è il vanto del Lanificio dell'Orso di Valdenigo, azienda che produce sciarpe e accessori per grandi marchi, principalmente italiani, nata sei anni fa. «Affrontiamo la crisi contenendo i costi e ottimizzando gli sforzi creativi - racconta il responsabile commerciale Alessandro Maroino -. La qualità e la serietà che solo il made in Italy può offrire sono fondamentali per il nostro successo e per consolidare il rapporto con i clienti». L'azienda infatti, oltre a produrre i propri tessuti attraverso una società collegata, si appoggia anche ai laboratori artigianali della zona. «Per restare competitivi sul mercato - aggiunge Maroino - ci siamo ricavati degli spazi con creazioni particolari, eliminando le produzioni più dozzinali. Per esempio abbiamo pensato a composizioni più leggere per le precollezioni, mix di cashmere e cotone, cotone e lana, con finissaggi particolari. E il nostro cashmere ha una certificazione di tracciabilità. Oltre alla qualità offriamo servizio: non siamo semplici fornitori, ma ci impegniamo a studiare e sviluppare nuove soluzioni assieme ai nostri clienti più fedeli, lo zoccolo duro che ci salva in questo momento».

Certificazione di qualità anche per Besani Italia, azienda di Besnate, in provincia di Varese, specializzata nei tessuti a maglia, in particolare filo di scozia per la produzione di polo. «La situazione è ferma - sostiene il procuratore Mario Riva - perché i clienti non hanno ancora deciso. Basti pensare che gli ordini per l'estate, che solitamente vengono registrati a maggio-giugno, stanno arrivando adesso. Figuriamoci se

LE SOLUZIONI



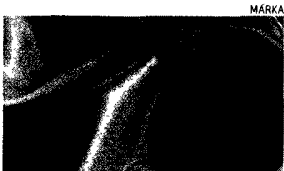
Besani Italia. «Chi ha delocalizzato adesso sta soffrendo. Il made in Italy è l'unico fattore, assieme alla qualità, che ci tiene a galla in questo momento»



Guabello. «Rispondiamo al calo degli ordini con nuove proposte per stimolare i clienti e puntiamo su ricerca e innovazione anche collaborando con le università»



Lanificio dell'Orso. «Per restare competitivi sul mercato ci siamo ritagliati uno spazio con creazioni particolari. Fidelizziamo i nostri clienti offrendo qualità e servizio»



Tessile di Frigerio & Co. «La creatività è la nostra carta vincente. L'artigianalità italiana va tutelata, altrimenti si rischia di perdere l'eccellenza e il know how che ci rendono famosi in tutto il mondo»



le aziende riescono a pensare alla stagione invernale che stiamo presentando in questi giorni. Prevediamo un calo del 40% dei visitatori di questa fiera, anche perché noi lavoriamo di più per l'estate». Tuttavia, aggiunge, «noi continuiamo sulla strada che abbiamo sempre percorso: la qualità. È l'unica cosa che ci tiene a galla assieme alla produzione totalmente italiana anche del filato. Chi ha delocalizzato adesso sta soffrendo».

Come spiega Riva, l'azienda produce tessuti esclusivamente con telai circolari ad elevato contenuto tecnologico e la nobilitazione è eseguita da tintorie con lunga esperienza e sempre all'avanguardia nella ricerca. Per garantire agli utilizzatori finali che il tessuto a maglia sia stato prodotto e finito in Italia, inoltre, è stato creato uno speciale cartellino numerato da abbinare ai capi finiti.

Punta sull'ambiente e sulla sostenibilità «First», il nuovo progetto presentato da Guabello, azienda del gruppo Marzotto, con produzioni che mirano a ridurre l'utilizzo di sostanze chimiche. La società di Mongrando, in provincia di Biella, con un fatturato di 42 milioni di euro e 220 dipendenti, sta affrontando il calo degli ordini con nuove proposte per stimolare i clienti, proponendo collezioni che pensano all'utilizzo finale del tessuto: l'abito.

«Oltre a una forte attenzione ai costi - spiegano in azienda - puntiamo a personalizzare l'offerta trasformando i rapporti di lavoro in vere e proprie partnership. Il tutto è reso possibile da un importante e continuo investimento in ricerca e sviluppo anche attraverso collaborazioni con università e altre realtà. First ne è un esempio: produrre e ispirare una trasformazione sociale responsabile è la grande sfida lanciata dalla Cittadellarte-Fondazione Pistoletto che noi abbiamo raccolto».

© RIPRODUZIONE RISERVATA