



DOSSIER

PIEMONTE

FASHION LE VIE D'USCITA STUDIATE DELLE PRINCIPALI AZIENDE DELL'ABBIGLIAMENTO PIEMONTESE

Abbiamo una Biella idea che va oltre la recessione

«**A** rischio di estinzione». Così Luciano Donatelli, dal 2007 presidente dell'Unione industriali di Biella (Uib), descriveva il distretto tessile provinciale nella lettera aperta indirizzata lo scorso febbraio al presidente del Consiglio Silvio Berlusconi e ai ministri Giulio Tremonti, Claudio Scajola e Maurizio Sacconi. «Non è in corso una bronchite, ma un infarto», avvertiva. Allarme giustificato da una crisi tutt'altro che congiunturale: il trend va avanti da almeno sette anni, e già nel 2008 gli oltre 25 mila addetti censiti nel 2001 si erano ridotti a 17 mila. Oggi Donatelli si definisce «più ottimista sul futuro, ma angosciato dal presente». Nonostante gli accordi dell'Uib con alcune banche per favorire l'accesso al credito, il presente vede infatti le pmi in affanno, in attesa del riconoscimento dello stato di crisi chiesto a metà ottobre. Per il futuro si spera invece nella ripresa della domanda di filati d'alta gamma, in cui Biella è specializzata: l'anno scorso qui sono stati prodotti 30 milioni di metri di tessuti fini e finissimi (quest'anno saranno 22, «perché abbiamo perso i clienti della City di Londra e quelli della Borsa e delle società finanziarie di New York...»). E buoni segnali vengono da Cina e Giappone, dove i prodotti di eccellenza sono sempre più richiesti. Ma alla tradizione andrà affiancata l'innovazione: «Nel 2020 il distretto dovrà essere disancorato dal fashion. Si deve puntare sui ma-

In attesa dello stato di crisi, il tessile si prepara a un 2010 di rinnovamento



I capi firmati da Facis e Elena Mirò

ateriali tessili hi-tech, adatti all'utilizzo nell'automotive, nell'aerospaziale o nel navale». Come prevede il progetto Navaltex, voluto dall'Uib e dal Registro italiano navale: le imprese biellesi metteranno a punto tessuti ad alte prestazioni per gli arredi di bordo, gli indumenti di protezione e addirittura per le componenti strutturali degli yacht.

SARTORIA ANTICA

Se molte pmi del distretto sono in sofferenza, tengono antichi lanifici come Fratelli Cerruti, nato nel 1881 e guidato da Nino Cerruti (di recente entrato nel settore dell'arredo casa con l'acquisizione della Baleri, ora Cerruti Baleri), e Alfredo Pria 1824, che oggi fa capo a Manifatture alto biellesi. Risale addirittura al 1663 l'attività nel settore laniero della famiglia Barberis Canonico, proprietaria della Vitale Barberis Canonico di Pratrivero. La società, nata formalmente nel '36, produce ogni anno 2 milioni di chili di tessuti di alta qualità, destinati in gran parte all'esportazione. La contrazione della domanda dei mercati esteri si è però fatta sentire: «Dopo aver chiuso il 2008 con un fatturato di 91 milioni, quest'anno prevediamo un calo del 30% circa, determinato soprattutto da forti ridu-

zioni delle vendite in Cina, Giappone e Germania», spiega l'ad Luciano Barberis Canonico, che il prossimo anno passerà il testimone al figlio e ai due nipoti. «Ci sono però Paesi in cui l'ultima stagione è andata bene: in Francia abbiamo registrato un incremento del 21%». L'azienda vende l'80% della produzione a confezionisti e negozi e il resto a grossisti. Per avvicinare il cliente finale Elisabetta Barberis Canonico, figlia di Luciano, ha lanciato quest'anno una linea di accessori da uomo in pelle con il nuovo marchio Vbc1663. Può contare su 30 mila ettari di allevamenti in Nuova Zelanda il lanificio Reda di Valle Mosso, da novant'anni di proprietà della famiglia Botto Poala. L'azienda, 71 milioni di giro d'affari nel 2008, è specializzata in tessuti pregiati frutto di un processo produttivo completamente made in Italy, e da quest'anno ha deciso di trasmettere ai clienti (le principali aziende di moda) un documento di tracciabilità delle fasi di lavorazione. Ma il fiore all'occhiello è la certificazione ambientale Emas: Reda è l'unico lanificio europeo ad avere ottenuto questo attestato di gestione eco-sostenibile.

IN FAMILY È MEGLIO

È ancora un family business, anche se il fatturato consolidato ha ormai raggiunto gli 870 milioni, il gruppo **Ermenegildo Zegna** di Trivero, fondato nel 1910 dal capostipite Ermenegildo, omonimo dell'attuale ad. Leader nell'abbigliamento di lusso maschile, con 547 monomarca nel mondo (compresi quelli a insegna Zegna Sport), il gruppo produce e distribuisce prêt-à-porter, accessori e calzature firmati Tom Ford, mentre ha concesso in licenza la produzione di occhiali e underwear a proprio marchio. In provincia di Vercelli si trovano poi alcuni dei re



Luciano Barberis Canonico e il magazzino dell'azienda



italiani del cashmere, dal Lanificio Colombo a Loro Piana, che ha chiuso il 2008 con ricavi di 426 milioni (+5% a cambi costanti) grazie alla crescita della divisione luxury goods, che ha compensato il lieve calo della divisione tessile. La società guidata da Pier Luigi Loro Piana acquista il cashmere in Cina e Mongolia, dove è presente con strutture proprie che verificano la qualità di tutti i lotti, la lana merino extrafine in Australia e Nuova Zelanda e la vicuña in Perù, collabora con il governo per preservare dall'estinzione questo mammifero dal cui mantello si ricava la fibra tessile più sottile al mondo. La lavorazione avviene solo negli stabilimenti di proprietà dell'azienda, nel Novarese, negli Usa e a Ulan Bator, in Mongolia.

FAST PER IL MONDO

Al tessile affianca la moda classica e il fast fashion il gruppo **Miroglio** di Alba: fin dagli anni '50 l'azienda produce sia tessuti e filati, con l'attuale divisione Miroglio Textile, sia abbigliamento, con la ex Vestebene, oggi Miroglio fashion, a cui fanno capo i marchi Motivi, Oltre, Fiorella Rubino, Caractère e Elena Mirò. «A livello di gruppo abbiamo chiuso i primi nove mesi del 2009 con una contrazione dei ricavi di circa il 10% (nel 2008 il fatturato è stato di un miliardo, ndr)», dice l'ad Giuseppe Miroglio. «La flessione più marcata riguarda l'area industriale del tessile, mentre per Miroglio fashion c'è una sostanziale tenuta, soprattutto grazie ai brand del fast fashion. L'obiettivo per la chiusura d'anno è di mantenere l'ebitda ai livelli del 2008». Il gruppo, che all'attivo ha jv con due società cinesi, una tunisina e un gruppo turco, è fresco di riassetto societario: **Mirfin**, la holding che detiene le partecipazioni del presidente Carlo Miroglio, del figlio Giuseppe (ad) e delle due sorelle Elena ed Elisa, raggiunge il 70% nel capitale della capogruppo, mentre le attività in Bulgaria passano in toto alla E.Miroglio di Edoardo, cugino di Giuseppe. Ci sono poi brand storici che hanno cambiato pelle: come **Facis**, nato nel '32 come fabbrica di abiti confezionati in serie e arrivato negli anni '80 e '90 a produrre su licenza per Armani, Ungaro e Valentino. Nel 2002 il gruppo **Gft** dei fratelli Rivetti lo ha venduto alla siciliana **Hib** dei fratelli Bucalo, che ha ampliato la gamma alla maglieria, agli accessori e allo sportswear, mantenendo, però, il servizio di confezione su misura. L'azienda ha un accordo di licenza con Luciano Soprani per la produzione e distribuzione del prêt-à-porter maschile.

Da ricordare poi i marchi della calzatura Bagatt (gruppo **Capra**), che ha puntato sul franchising e oggi ha quasi 150 affiliati tra l'Italia e l'estero, e **Superga**, che nel 2004 è entrato a far parte del portafoglio di **Basic Net**, il gruppo torinese a cui fanno capo anche Robe di Kappa, Jesus Jeans e K-Way.

Chiara Brusini