

Artigiani senza frontiere

Un distretto dove il piccolo è ancora bello e possibile, anzi necessario-elevata qualità e passione per la maglieria in cashmere si coniugano all'abilità imprenditoriale nata a inizio secolo nel segno di Luisa Spagnoli

di Luca Testoni

Artigiani che giocano agli imprenditori, grazie al valore aggiunto della maglieria in cashmere migliore al mondo e forti di una tradizione viva ormai da quasi mezzo secolo. Una condizione "privilegiata" quella del distretto umbro, capace di coniugare piccole dimensioni (e grande passione per l'arte della maglieria) con l'esigenze della competizione globale, attraverso la strada della specializzazione territoriale, delle sinergie distrettuali e di innovativi rapporti con i grandi gruppi che portano sui mercati internazionali i prodotti di questa parte d'Italia dove il tempo talvolta sembra essersi fermato.

L'atemporalità è evidente quando si ripercorre la storia del distretto, dove oggi come settanta anni fa nel Dna della maglieria c'è ancora un nome, quello di **Luisa Spagnoli**, "azienda-racconta **Alfredo Mattioli**, titolare dell'omonimo studio di consulenza perugino specializzato nel settore del tessile abbigliamento- *che in qualche modo ha dato vita alla gran parte dei laboratori e imprese oggi esistenti*". Mattioli, milanese "trapiantato" a Perugia dagli anni Settanta dove ha gestito alcuni dei fenomeni industriali più importanti della regione (Icap, Igi e l'impresa di Umberto Ginocchietti) ama ripercorrere l'evoluzione della realtà umbra, che nella sola area del capoluogo vede impegnati nel settore moda oltre 17 mila persone in più di duemila imprese (il che fa in media circa otto addetti per azienda).

A rileggere la storia di Luisa Spagnoli sembra di entrare nella leggenda: già nel 1905 dà vita ad un piccolo laboratorio di pasticceria destinato a divenire una delle industrie dolciarie più prestigiose al mondo, la Perugina, inventando nel 1909 il cioccolatino "Bacio". Dopo il decollo della Perugina la signora Spagnoli ha una nuova idea: alla fine degli anni Venti comincia ad allevare pregiati esemplari di "Coniglio d'angora italiano" creando un laboratorio per la lavorazione della lana ricavata. Il successo dei prodotti ottenuti è immediato presso le case di moda e i negozi italiani e le confezioni "Luisa Spagnoli" iniziano la fase industriale (nel '44 l'azienda aveva 250 dipendenti).

Oggi Luisa Spagnoli, con 450 dipendenti e 140 negozi diretti in Italia, "è un'azienda ad altissima redditività-spiega Mattioli-anche se non estremamente appariscente". E il basso profilo è un po' il carattere trasmesso all'intero distretto :*" Il know how Spagnoli-continua-unito alla voglia di lavorare con le proprie mani propria degli umbri, ha spinto ex maestranze Spagnoli a creare gran parte delle maggiori aziende del distretto"*. E Mattioli cita una lunga serie di casi di " spin off" all'italiana: dalla **Icap a Maria di Ripabianca**, da **Brunello Cucinelli alla Hemmond**.

Dalla cultura dell'angora, quindi, alla cultura delle lane pregiate e del cashmere, oggi il distretto umbro "conta sulla classica macchina da maglieria in ogni sottoscala-prosegue Mattioli- e dispone di laboratori di fissaggio ad altissimo livello: il cashmere italiano più pregiato passa per le lavanderie e le tintorie umbre". *"Tanto che-aggiunge il consulente-gruppi come Gilmar e Les Copains hanno creato in Umbria i propri centri per la lavorazione e la gestione della maglieria, o, altro esempio una scommessa imprenditoriale come quella di **Manrico** ha ricevuto il sostegno finanziario di un colosso come Prada"*.

È perciò l'elevata qualità la ricetta della crescita della maglieria Umbria: l'export di testi d'abbigliamento è arrivato a 800 miliardi di lire annui, un valore che copre il 30% dell'export regionale (Perugia copre il 90% di questo ammontare con circa 700 miliardi, e l'80% delle esportazioni perugine è maglieria). Nello stesso tempo l'altissima specializzazione è il segreto per "*mantenere dimensioni artigianali-spiega ancora Mattioli-che costituiscono la variabile vincente e non rinunciabile*". Gli esempi di pmi doc non mancano oltre ai già citato Cucinelli, il discorso vale per Cruciani, Le Tricot, Masterfil, Losani Cashmere o Maglificio Galassia (produttore del marchio Pashmere). Chi supera una certa soglia di fatturato rischia di veder snaturato lo stile artigiano e di affrontare difficoltà. Non è un caso che la percentuale delle società di capitale non superino i 10% del totale, e che di queste "*saranno in tutto cinque o sei quelle con fatturato superiore ai 100 miliardi*". Piccoli, uniti in centri servizi, e talvolta piccolissimi ma unici al mondo: come il laboratorio artigiano del conte **Bracceschi** (deceduto lo scorso anno) che, "*tra pavoni e cavalli in giardino, ha realizzato per le migliori griffes internazionali, come Hermès e Chanel, le Rolls Royce del cashmere*".