La Spola.com Data: 12 ottobre 2011

Filo riflette sull'eccellenza

Filo, il salone internazionale di fibre e filati per tessitura inaugurato questa mattina a Milano nel Palazzo delle Stelline, offre l'occasione per riflettere sull'eccellenza, caratteristica che accomuna l'offerta degli espositori della manifestazione.

La Spola, sul fil rouge di questa edizione 'fatta a regola d'arte, ha però chiesto una riflessione sull'argomento anche a due delle personalità presenti alla cerimonia d'inaugurazione del salone, **Marilena Bolli**, presidente dell'Unione Industriale Biellese, e **Stefano Ughetti**, creatore di Camo, azienda biellese produttrice di abbigliamento per uomo.

Presidente Bolli, quanto costa oggi per un'azienda lavorare "a regola d'arte"?

Costa tanto, tantissimo. Dobbiamo mantenere un modus operandi che garantisca la qualità del prodotto. Negli ultimi anni, per farlo, le aziende hanno rinunciato alla marginalità: ma per quanto potranno continuare a mantenere questo tipo di condotta? In questo contesto, diventa cruciale il fatto che la crisi non abbia una durata eccessiva. D'altra parte io sono ottimista, sono convinta che chi produce cose belle, di qualità può guardare con fiducia al futuro. Il made in Italy deve però riuscire a mantenere intatta tutta la filiera tessile-abbigliamento, una filiera nella quale secondo me va ricompreso anche il meccanotessile. Così come bisogna riuscire a dare valore alle piccole aziende, di cui si compone per larga parte il sistema, pur senza nasconderci le criticità che ciò rappresenta in questo momento di difficoltà e per le quali la soluzione possono essere le reti di impresa calate nella realtà.

Stefano Ughetti è giovane e solo vent'anni fa andava a scuola, non ha pertanto parametri di riferimento col passato. Ma oggi, secondo lei, cosa significa fatto a regola d'arte?

Fatto ad arte per me significa fatto molto bene. Ma la ricerca di ispirazione nel vintage, nel 'fatto come una volta' non può trasformarsi in un rimpianto del passato fine a se stesso. La nostra sfida è realizzare qualcosa che sarà vintage tra trent'anni. Dobbiamo vivere e realizzare prodotti per il nostro tempo. Oggi un'azienda è una squadra, che deve saper gestire la qualità e adattarsi alle richieste del mercato. Nei momenti di crisi il pubblico cerca novità. E nella crisi si manifestano comunque grandi opportunità. Un esempio che mi piace fare è quello di Pitti Touch: prima questo spazio era interamente occupato da Hugo Boss, oggi accoglie trenta stilisti. Poter apporre su un tessuto o un capo, l'etichetta made in Italy è un valore aggiunto, che da solo non basta più, ma è sicuramente un vantaggio competitivo per chi può fregiarsene, per questo sui nostri capi c'è l'etichetta 'Biella'.

Elisa Signorini

12/10/2011