

Torna

27 Giugno 2011

La Cashmere Valley umbra prova a fare sistema sotto il segno della cultura

Il Festival dei 2 Mondi di Spoleto è stato l'occasione per dare il via al primo di una serie di appuntamenti volti a promuovere le aziende umbre specializzate nella maglieria in cashmere e per avviare un dialogo tra gli imprenditori. Tra i partecipanti al convegno "Esperienza Naturale", Brunello Cucinelli (fondatore dell'omonimo marchio, che si sta preparando alla quotazione in Borsa), Mario Filippi Cocetta (Fabiana Filippi) e lo stilista Saverio Palatella.

Gianluigi Angelantoni (presidente del Centro Estero Umbria, che ha curato l'iniziativa) ha aperto i lavori sabato, presso Palazzo Collicola a Spoleto, sottolineando come il festival in corso sia un valido spunto per promuovere all'estero l'immagine della regione e il suo tessuto economico, ormai non più rivolto soltanto a nicchie di mercato. Basti pensare alla case history di successo del Gruppo Cucinelli, che lo scorso anno ha superato i 200 milioni di euro di fatturato e ha in programma lo sbarco alla Borsa di Milano, con molta probabilità nella primavera del prossimo anno (come ha rivelato il fondatore stesso a margine della tavola rotonda).

Il tessile-abbigliamento umbro conta 1.700 imprese che occupano circa 10mila addetti e, tra loro, almeno la metà lavorano il cashmere, anche se non tutti in via esclusiva. Ben 1.200 di queste realtà sono artigiane: non è un caso che la dimensione sia una delle criticità emerse nella discussione - moderata dalle giornaliste Cristina Jucker e Renata Molho - insieme alla capacità di aggregazione.

Per superare le difficoltà di fare sistema, Francesco Galatioto (imprenditore in Cna Federmoda) ha proposto di affidare a un organismo super partes, come il Centro Estero Umbria, il compito di veicolare il concetto di "Umbria Cashmere". Giorgio Mencaroni (presidente della Camera di Commercio di Perugia) ha invece parlato di un disciplinare e del marchio di tracciabilità Itf (Italian Textile Fashion) per identificare le eccellenze locali. Mario Filippi Cocetta si è a sua volta detto contrario a una comunicazione unica per tutti i brand della Cashmere Valley: meglio promuovere la Regione con le sue specificità ed eccellenze, "senza procedere per compartimenti stagni".

Brunello Cucinelli ha sollevato il problema di "dare dignità economica al lavoro". "Occorre trovare una formula - ha spiegato - per convincere i giovani a lavorare nelle imprese locali". Pare tuttavia che l'atteggiamento stia cambiando: un recente corso per maglieriste ha raccolto 150 adesioni per 20 posti, come ha ricordato Gianluca Mirabassi (presidente del sindacato del tessile in Confindustria Perugia e titolare di Sterne International).

Saverio Palatella, da 30 anni in questo specifico settore, ha invece riportato l'attenzione sul prodotto, con un'offerta che ormai spazia dal low cost (di regola made in China) all'extra lusso. "Siamo passati da un cashmere troppo di nicchia a un prodotto 'per tutti', che ha svilito la materia prima - ha fatto osservare il designer -. Ora bisogna tornare a riqualificarla". L'altro plus è la creatività, sulla quale non si investe a sufficienza. Ne è certo Cucinelli che ha concluso: "Lavorare al fianco di persone che possono anche rivelarsi più brave di noi va visto come una grande chance".

e.f.

[Vai alla pagina introduttiva](#)

Torna