

GENOVA

La via della seta

La Cordani e la tradizione del velluto liscio genovese

a pagina 3

PARMA

Borse vintage

Maria Lamanna dal Sudafrica ai grandi magazzini Usa

a pagina 3

SALERNO

L'eterno ritorno della cravatta

La Marmas e il segreto inimitabile della "sette pieghe"

a pagina 4

lanotizia popolare

SETTEMBRE 2015

N°3

Free Press a cura del

WWW.LANOTIZIAPOPOLARE.IT

 **BANCO POPOLARE**

L'INTERVISTA

I territori sempre di moda

«Le aziende italiane del tessile-abbigliamento stanno concentrandosi su tre fattori decisivi: creatività, qualità e ricerca che oggi, in un settore profondamente trasformato dalla crisi e dai nuovi consumatori, sono la vera leva del mercato. Per usare una metafora, rispetto a 5-6 anni fa vedo un corridore più maturo che sa gestire una lunga corsa; più cosciente dei mercati e più disponibile a investire sui valori che fanno la differenza». Alessandra Guffanti, presidente del Gruppo Giovani del Sistema Moda Italia, fotografa così lo stato di salute del settore all'avvio di una stagione importante per il tessile-abbigliamento tricolore (settembre è mese di sfilate). Parla di valori, parla di mercati in espansione, dal Far-East al Sudamerica, e parla di territori quali veri giacimenti del made in Italy. «Mi piace usare un'espressione inglese: "re-fall in love"», continua Guffanti. «Se vogliamo mantenere la nostra competitività è importante tornare attraenti verso i mercati internazionali. Made

segue a pagina 2



Accessori innovativi, creatività, abbigliamento sportivo, tessuti di alta gamma e tradizioni che si rinnovano. Il tessile italiano non passa mai di moda

Passione a sette vite

Novara

Nelle mani dei campioni

Ad Armeno si producono i super guanti sportivi utilizzati da Alberto Tomba e dai campioni della Formula Uno. Talmente belli e innovativi da trasformarsi anche in una linea di moda.

a pagina 2

Bolzano

Alpinismo vuol dire Salewa

Un'aquila più agile e stilizzata per volare nel futuro. Sta tutto nel nuovo logo il rilancio globale di Salewa, storica azienda altoatesina leader in Europa nell'attrezzatura e nell'abbigliamento da montagna.

a pagina 4



Cooperativa Sociale Hermete Onlus

Offre a giovani e adulti gli strumenti per mettersi (o rimettersi) in gioco

Per saperne di più: www.hermete.it
viale Verona n. 107 - 37022 - Fumane - Verona

Seguici in rete

Nuovi racconti sul sito de La Notizia

La Notizia Popolare è online sul sito www.lanotiziapopolare.it e su Instagram con l'hashtag [#lanotiziapopolare](https://www.instagram.com/lanotiziapopolare). Sul sito potrai approfondire gli argomenti trattati nel cartaceo, iscriverti alla versione digitale e scoprire tante nuove storie inedite provenienti da tutto il Paese.



Alessandra Guffanti

«È importante tornare attraenti verso i mercati internazionali»

Novara

Mani salde al volante

Nel novarese la Dal Dosso produce guanti super innovativi per i campioni della Formula Uno e dello sport. Con un occhio e una nuova linea dedicata alla moda



L'azienda novarese è conosciuta per la produzione di guanti per sportivi, tra cui sciatori e piloti di Formula Uno, ma non solo: una linea di produzione è destinata alla moda, con un grande successo all'estero.

Le mani dei campioni del mondo che strin-
gono il volante in-
dossano guanti progettati
ad Armeno, in provincia di
Novara. Li produce l'azien-
da Dal Dosso, nata nel 1974.
In laboratorio lavorano
una ventina di persone, di
cui quattro soci. L'impresa
serve per conto terzi le più
grandi scuderie di Formula
Uno. «La ricerca in questo
settore è estenuante – rac-
conta Simone Dal Dosso,
il titolare –. Si ragiona sui
grammi: eliminarne qual-
cuno, anche in un paio di
guanti, significa risponde-
re alle esigenze del team».
Ferrari, ma non solo: la
lista dei clienti Dal Dosso
comprende per esempio
Mercedes e il fenomeno del
rally Sébastien Loeb. Ogni
modello viene disegnato su
misura, come nello sci: Al-
berto Tomba, Stefania Bel-
mondo e Manuela Di Centa,
più alcuni loro avversari
stranieri, vestivano Dal
Dosso. L'altra linea di pro-
duzione della casa novare-
se è destinata alla moda;
per il 98% viene distribu-
ita all'estero. «Soprattutto

98

per cento
di export della
linea moda
Dal Dosso

3

i campioni
dello sci
"firmati" Dal
Dosso: Tomba,
Belmondo,
Di Centa

1974

l'anno
di fondazione
dell'azienda

Russia, an-
che se risen-
tiamo della
crisi che ha
ridotto gli scam-
bi con quel Paese – in-
siste l'imprenditore –. Ci
rivolgiamo più in generale
all'Europa, ma anche al
Canada. Stiamo cercando
di espanderci verso gli Sta-
ti Uniti, non è semplice». Dal
Dosso ha lanciato il
tessuto Higher, in tre stra-
ti: lana merinos all'ester-
no, membrana traspirante
e impermeabile in mezzo,
micropile confortevole a
contatto con la mano: «Na-
sce dalla nostra esperienza
nell'alpinismo» racconta il
titolare. In azienda si la-
vora anche sulle pelli e da
quest'anno è stato ideato il
guanto "don't lose me", non
perdermi, con una cernie-
ra che lo lascia sfilare fino
al polso.

di **Filippo Massara**

A destra Simone Dal Dosso,
titolare dell'azienda novarese.



INTERVISTA AD ALESSANDRA GUFFANTI [presidente del Gruppo Giovani del Sistema Moda Italia]

...segue dalla prima / **I territori sempre di moda**

in Italy è un brand di cui
i consumatori si devono,
appunto, re-innamorare».
Come? «Caratterizzando
di più il proprio brand,
investendo in tecnologia
e innovazione, puntan-
do su risorse umane più

qualitative, internaziona-
lizzandosi e, decisamente,
puntando sul territorio».

Si tratta di una ricetta
sposata in pieno (anche)
dalle aziende che raccon-
tiamo su questo numero
de La Notizia Popolare.

L'Italia è piena di talenti
e piccole imprese creative,
competenti e ben organiz-
zate. «Abbiamo distretti
unici al mondo che devono
essere collegati tra loro per
creare una vera filiera in-
tegrata del tessile», spiega

Guffanti. «Il nostro com-
pito è connetterli e valo-
rizzare opportunità e best
practice perché quando
vendiamo una borsa sui
mercati internazionali in
realtà non stiamo venden-
do solo un accessorio, ma

un'esperienza unica. Terri-
torio quindi significa pro-
mozione dei distretti e di
tutto quel che ruota intor-
no». Proprio così: un mon-
do unico e irripetibile che
sa emozionare il mondo.

M.A.

405 mila
persone impiegate nel settore
moda in Italia

55,7%
le donne impiegate nella moda in Italia
sul totale degli occupati del settore

2 miliardi
il valore, in euro, del commercio
annuale online che riguarda la moda

3
SETTEMBRE 2015
NUMERO 03



Genova

Andamento lento

La Cordani Velluti di Zoagli è l'unico produttore di velluto liscio genovese al mondo. Tessuto completamente a mano, al massimo 60 centimetri al giorno

«Essere piccoli per noi è anche una forza», spiega Magda Cordani dall'abitacolo di un'auto diretta chissà dove. È in viaggio e non stupisce, dato che è a capo di un piccolo - appunto - brand artigianale che fa della qualità e del rapporto con i suoi clienti, quasi sempre di fascia alta, i suoi punti fermi.

La Cordani Velluti srl è l'unico produttore di velluto liscio genovese al mondo. Ma com'è possibile? «Ci sono ancora cinque aziende che tessono completamente a mano nel mondo», risponde Cordani, «e noi siamo gli unici a realizzare in questo modo l'antico velluto liscio genovese, cosa che facciamo dal 1849». È questa la data che accosta la famiglia dell'imprenditrice, originaria di Zoagli, alla tessitura artigianale, e di quest'epoca sono i telai a mano ancora in uso alla Cordani Velluti. Si produce soprattutto per il mercato estero, spiega la titolare, dove la richiesta di artigianato di qualità da parte dei privati è più alta. In Italia, invece, si lavora soprattutto con le case d'alta moda, che ricorrono alla manodopera genovese per impreziosire le loro collezioni. «In quel settore ovviamente, però, si collabora solo quando il velluto va di moda». Un particolare affascinante, forse il più affascinante della storia di questo marchio risiede nell'andare in senso opposto rispetto allo spirito del tempo: in un mondo che cerca di essere sempre più veloce, la Cordani Velluti non può produrre più di 60 centimetri di velluto al giorno. «Di solito i nostri clienti sono pronti ad aspettare», chiosa l'imprenditrice, che parla di una singola commessa che ha tenuto l'azienda impegnata per due anni. Viene da capirli.

di Davide Piacenza

Parma

Dieci borse di carattere

L'emiliana Maria Lamanna ha trasformato la sua passione per il disegno in attività artigianale, con creazioni vintage che si vendono in mezzo mondo. Grazie alla mamma

Maria Lamanna deve tutto alla mamma. Parmigiana, classe 1981, cinque anni in Sudafrica per la Camera di Commercio di Città del Capo, a un certo punto cerca una borsa per il suo guardaroba che non trova. Mamma Susanna le ricorda: «Disegnavi così bene da piccola: creala tu!».

Detto, fatto. «Piano piano mi sono appassionata ed è diventato il mio lavoro», racconta Lamanna ora che produce 300 borse all'anno che vende da 400 a 1300 euro l'una sul suo sito (www.marialamanna.com), nel negozio Luisa via Roma a Firenze e nei grandi magazzini di Stati Uniti, Inghilterra, Turchia e Cina.

300

borse prodotte ogni anno

1300

euro il prezzo top di una borsa Lamanna

«Dieci modelli essenziali, ma di carattere», li definisce riconoscendo a mamma e nonna l'ispirazione delle sue linee vintage.

Ora Lamanna non passa più il tempo a disegnare: «Gran parte del lavoro va nel rapporto con il produttore, un'azienda di Mantova che ha tra i suoi clienti marchi importanti, nella ricerca delle pelli vicino Pisa e Vicenza, e soprattutto nel marketing. Per fortuna mio marito, che fa il rugbista, mi aiuta con i conti».

Per farsi conoscere, per costruire i rapporti con i compratori è stato necessario un investimento particolare. E qui Lamanna racconta l'Italia che non si aspettava: «Quando ho ini-

ziato questa attività vivevo ancora in Sudafrica. Sono tornata per cercare la precisione manifatturiera, ma avevo dei dubbi. Invece ora che si respira aria di ripresa sono contenta di avere osato, perché mi sento in vantaggio rispetto a chi inizia adesso. C'è attenzione verso chi innova, sia da parte del pubblico tramite i nuovi media, sia delle banche in cerca di nuovi talenti».

di Francesco Rigatelli



Maria Lamanna ha dato vita alla sua attività in seguito a un consiglio della mamma. Oggi i suoi prodotti sono venduti in Europa, America e Asia.



Salerno

Il fascino eterno delle cravatte

Nel salernitano il gruppo tessile Marmas rinnova la tradizione preziosa della "sette pieghe". Una cravatta? È come l'ultima pennellata di un quadro. Lo sanno bene anche all'estero

La qualità sartoriale della tradizione artigianale abbinata a un animo giovane del management». Così Romino Marzullo, Ceo del gruppo tessile Marmas di Campagna (Salerno), definisce il segreto del successo internazionale delle cravatte Marzullo che, nonostante la crisi economica, continuano a conquistare fette di mercato all'estero (Giappone, Russia, Germania, Usa, Inghilterra, Cina, Emirati Arabi). L'azienda, fondata dal nonno Cesare nel 1920, è stata rilanciata da Romino e sua sorella Liliana, grazie all'intuizione di registrare nel 2003 il marchio (due leoni rampanti che reggono una "M") e di debuttare poi sui mercati esteri.

Oggi Romino è affiancato da Gianluca ed Emiliano

1920

anno di fondazione del marchio Marzullo



Mastrolia, figli della sorella. Una leadership giovane che preserva, però, i valori del fondatore per il quale una cravatta era come l'ultima pennellata in un quadro: fondamentale. La cravatta Marzullo resta, infatti, una "sette pieghe" realizzata esclusivamente a mano con colori e disegni che richia-

mano il territorio: l'ultima collezione presentata a Pitti Uomo si ispira alle ceramiche vietresi. Ma l'innovazione tecnologica ha consentito di azzerare la filiera: ora anche i tessuti sono prodotti in casa. La prossima sfida è dare la possibilità ai clienti di acquistare, oltre ai capi delle collezioni (dalle

cravatte Marzullo a quelle più sbarazzine a marchio Barbuti, fino ai boxer mare e alle sciarpe), anche pezzi singoli, altamente personalizzati, commissionati attraverso una rete selezionata di negozi o sul sito di e-commerce che sta per partire.

di Antonio Vastarelli

La Campania si conferma la terra della grande tradizione sartoriale e Marmas ne è un esempio: una storia iniziata nel 1920 che continua con grande successo.

BOLZANO

L'aquila vola più in alto

Un'aquila più agile e stilizzata per volare nel futuro. Sta tutto nel nuovo logo il rilancio globale di Salewa, storica azienda altoatesina leader europeo nell'attrezzatura e nell'abbigliamento da montagna. Fondata 80 anni fa, oggi presidia il settore con sedi in 30 Paesi, 600 dipendenti e 2500 negozi.

M.C.

Continua su www.lanotiziapopolare.it

VERONA

La sfida (im)possibile

«Era il 2006, tutti mi dicevano che non sarei riuscito a battere i competitor. Avevano torto: Moorer sta avendo un successo sempre maggiore». Moreno Faccincani, veronese, è il fondatore dell'azienda che oggi produce e distribuisce i marchi Jan Mayen Arctic e Moorer, rigorosamente made in Italy.

F.L.

Continua su www.lanotiziapopolare.it

BERGAMO

Dove nascono gli abiti da lavoro

Alla Rossini Trading di Seriate nasce il 35% della produzione nazionale di abiti da lavoro e accessori antinfortunistici. Una storia italiana che parte da lontano e parla di sacrifici, di intraprendenza, di quella fame resa celebre da Steve Jobs, ma ben prima praticata dalle nostre vecchie generazioni.

D.B.

Continua su www.lanotiziapopolare.it

MODENA

Un'azienda che parla

Si chiama "baracca sul mare", si trova a Carpi e rappresenta l'ultimo, grande progetto di Daniela Dallavalle, stilista e artista a capo dell'omonima azienda di moda e arredamento. Appena si entra ci si accorge subito che i muri "parlano", raccontano la storia, il vissuto e l'identità del marchio.

A.S.

Continua su www.lanotiziapopolare.it

FIRENZE

Cent'anni di cammino

In molti producono scarpe. Harris lo fa da oltre 100 anni, dal 1913 a Fucecchio. Di quel tempo lontano restano lo stile, curato e inconfondibile, e la ricerca della qualità. Artigianalità, specialità dei materiali utilizzati e creatività di un prodotto esclusivo, fatto a mano, tramandato da tre generazioni.

N.D.

Continua su www.lanotiziapopolare.it

L'AGENDA

Per conoscere tutte le manifestazioni organizzate dal Banco Popolare vai sul sito: www.bancopopolare.it oppure usa il QR-code qui a fianco



LA NOTIZIA POPOLARE

Settembre 2015 - N° 3

Direttore Editoriale: **Volfango Portaluppi** - Direttore Responsabile: **Marco Alfieri** - Coordinamento di redazione: **Elisa Comencini**
Contatti: **Redazione La Notizia Popolare - Banco Popolare Soc. Coop. - Comunicazione Interna e Soci**
P.za Nogara, 2 - 37121 Verona - lanotizia@bancopopolare.it - www.lanotiziapopolare.it

Progetto, impaginazione ed editing: **The Van - www.thevan.it**

Editore e stampatore: **Nastro & Nastro S.r.l. - Via Stehli, 15 21010 Germignaga (VA)**

Periodico mensile Registrazione del Tribunale Civile e Penale di Verona n. 994/2008 R.G.V.G. del 17/04/2008

CHIUSO IN REDAZIONE: 11 settembre 2015

[Per salvaguardare l'ambiente, non gettate questa pubblicazione per terra - Usate gli appositi contenitori - Grazie]