

reportage



«**S**ono un contadino con la passione dell'architettura: credo nella bellezza come bisogno primario e nell'arte come risorsa necessaria». Brunello Cucinelli, il Benetton del cachemire, colui che ha rivoluzionato il mondo grigio dei pullover di lusso maschili negli anni Ottanta con un arcobaleno di colori, è seduto davanti a un tavolo di massello, sotto volte affrescate, e ogni tanto guarda una grande vetrata che ritaglia triangoli di campagna umbra. La sede della sua azienda, Solomeo, è un borgo a pochi chilometri da Perugia, un grumo di case in cima a

una collina di cipressi, con la chiesa e il castello che si sfidano in altezza. «L'ho scelto perché è il paese di mia moglie», confessa. «Nel 1985, quando ho deciso di trasferire qui telai e uffici, il villaggio era quasi abbandonato». Vent'anni di restauri hanno trasformato un grazioso paesino dell'Italia centrale in quella che il suo creatore chiama con orgoglio impresa umanistica. «Le 370 anime pensanti della Cucinelli lavorano in 13 case restaurate, mangiano in un ristorante dove si alternano tre cuoche e alle 18 escono senza timbrare il cartellino». Per il 2007 il progetto in cantiere è un teatro «con la capriata in legno

glocal fashion

Toscana, Umbria, Romagna e Marche ovvero il quadrilatero del made in Italy. Viaggio tra borghi restaurati e artigiani del lusso.

di Chiara Sessa, foto Graziano Perotti



IMPRESA UMANISTICA

Tra le colline del centro Italia vivono d'incanto i migliori artigiani del lusso. In foto il paesaggio nei dintorni di Pienza.

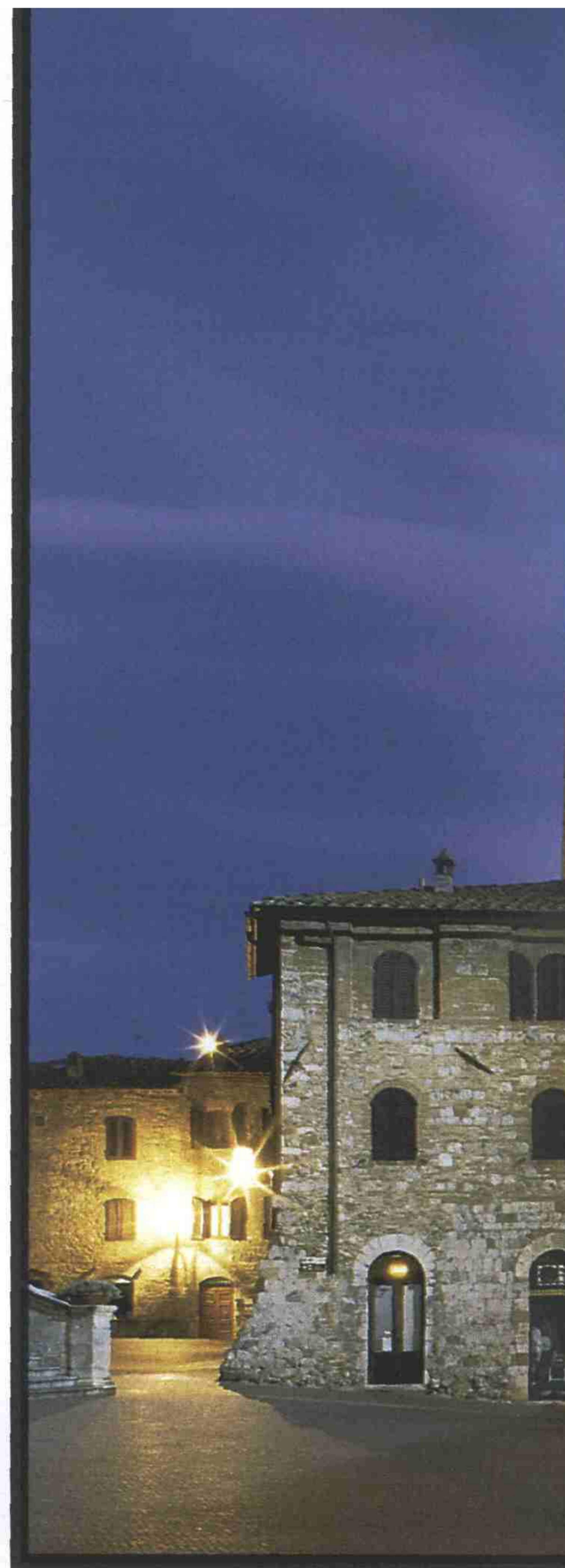
— reportage

l'artigianato di qualità è fondamentale per le griffe al cento per cento made in Italy

come nel 1200». Intanto i risultati hanno premiato l'imprenditore: il fatturato è cresciuto del 15 per cento solo nel 2005 e un paio d'anni fa è arrivato il prestigioso riconoscimento americano «Best of the Best» assegnato solo alle migliori aziende del mondo. Non è un caso che la favola di Cucinelli si svolga in un piccolo borgo dell'Italia centrale: tra Toscana, Umbria, Romagna e Marche si concentra, infatti, una miriade di aziende che uniscono lavorazione artigianale e creatività italiana. «L'artigianato di qualità è fondamentale per una griffe come la nostra che produce al cento per cento in

Italia» dice Ferruccio Ferragamo, amministratore delegato dell'omonima maison. Come Cucinelli, Ferragamo si è innamorato di un borgo medioevale, il Borro, nel Valdarno. «È il posto più bello del mondo: l'ho acquistato nel 1993 dal duca Amedeo d'Aosta e ci vado appena posso per vedere i progressi nei vigneti e nelle cantine». Nella tenuta di 700 ettari e nel piccolo centro con le case in pietra sono stati ristrutturati 24 appartamenti che possono accogliere 120 ospiti.

C'è un'osteria dove si mangiano solo piatti della tradizione toscana annaffiati dal vino della tenuta. «Quelli che comprano scarpe Ferragamo e quelli che scelgono il Borro per una vacanza hanno in comune l'amore per i dettagli e le cose belle» sostiene l'imprenditore fiorentino. Tra i tanti estimatori del Valdarno c'era anche Leonardo che alle spalle della Monna Lisa ha dipinto il paesaggio fluviale di Ponte a Buriano, a pochi chilometri dal Borro. Sempre in Toscana, c'è Fucecchio, il paese di Montanelli, non ancora scoperto dal turismo di massa. I visitatori lo conoscono attraverso il passaparola e quelli che la sanno lunga consigliano un giro alla fortezza, una sosta nel bel parco che la circonda, una visita alla fondazione che custodisce la famosa Lettera 22 del giornalista



toscano e una full immersion nello shopping di qualità. Sotto il borgo cinto di mura, infatti, ci sono due aziende di pelletteria ben note agli spiriti più raffinati, Santacroce e Harris. La prima ha attirato l'attenzione del gruppo Prada che nel 2001 si è unito ai fondatori e ha acquisito la maggioranza della società. Harris, invece, è specializzata in calzature su misura degne dei più blasonati artigiani inglesi. Del resto Daniel Day-Lewis quando, stanco dell'assalto dei paparazzi, ha deciso di prendersi un anno sabbatico per imparare a fare il ciabattino è andato a bottega da un artigiano toscano.





Ci sono poi lavorazioni che affondano le radici nella storia dell'Italia rurale.

Prendete Montappone, in provincia di Ascoli Piceno, mille e 800 abitanti e 45 aziende di cappelli che esportano ai quattro angoli del globo.

Qui tutto è cominciato nell'800 con la lavorazione della paglia e oggi si producono copricapo di ogni tipo.

«Per griffe importanti come Marina Yachting, Paul Smith, Max Mara, Henry Cotton» sottolinea Ferruccio Vecchi, il giovane sindaco che, manco a dirlo, guida un'azienda di cappelli.

Il Piceno è la zona di un'altra tradizione artigianale: la lavorazione del cuoio.

NEL CUORE DELL'ARTE

Sopra, il centro storico di San Gimignano. Nella pagina accanto, i boschi che circondano la fattoria di Montelucci, uno degli agriturismo più raffinato della zona.

per fare cose
belle serve gente
che respiri
la **bellezza**
notte e giorno

Sulle colline fermane, tra i piccoli comuni di Montegranaro, di Monte Urano, Porto San Giorgio e di Porto Sant'Elpidio, sono nate aziende famose in tutto il mondo.

L'impero Tod's, per esempio, è cresciuto a Casette d'Ete e Diego Della Valle non ha nessuna intenzione di cambiare indirizzo. Qualche tempo fa il patron ha spiegato così l'importanza dell'ambiente nel suo successo:

«Continuerò a produrre in Italia perché voglio fare le scarpe più belle del mondo. E per farle mi serve gente che respiri bellezza, oltre ad avere diritti e tutele».

_ reportage

neologismi

definiteli glocal

Globale e locale insieme: è la nuova filosofia di chi produce prodotti di lusso destinati a rappresentare status symbol universali. Come spiega il sociologo Domenico De Masi.

di Raffaella Galvani



Glocal: una specie di tormentone che sembra riassumere la chiave del successo del Terzo millennio. Ma Domenico De Masi, professore di sociologia del lavoro all'Università La Sapienza di Roma, ne è convinto, anche sulla base di uno studio che come Fondazione **Symbola** sta completando sulle «qualità italiane»: una volta tanto non si tratta di un termine destinato a un effimero momento di gloria, ma di un principio base, che parte da lontano e che in qualche modo hanno «inventato» proprio gli italiani. «Oggi non si può essere davvero globali se prima non si è locali, ovvero non si hanno forti legami con il territorio» sostiene De Masi «e nulla come la nostra storia, nei campi più diversi, testimonia questa innata capacità di fondere

in un'opera d'arte piuttosto che in un vino o in una scarpa la tipicità della creatività e dello spirito italiani con l'universalità del gusto e delle esigenze generali». Insomma, sostiene De Masi, dalla *Gioconda* di Leonardo al vino Chianti fino alle scarpe Tod's, solo per fare degli esempi, l'Italia da sempre è riuscita a realizzare opere o prodotti naturalmente «glocal». «Diego Della Valle mi diceva che le sue Tod's, apprezzate in tutto il mondo, non potrebbe produrle se non a Macerata, in una terra intrisa di artigianalità» aggiunge De Masi. Secondo il quale c'è una parola ulteriore che non va dimenticata, ed è qualità. «Noi italiani abbiamo imposto nel mondo i nostri prodotti perché in diversi ambiti siamo stati capaci di ottenere una qualità superiore» dice De Masi.

Ma attenzione, sottolinea il sociologo: «La qualità oggi più che mai è la sommatoria di tanti elementi difficilmente definibili in maniera oggettiva e univoca. Qualità è superiorità tecnologica, ma anche affidabilità, funzionalità, bellezza estetica, tutti elementi sfuggenti e intangibili». Questo, secondo De Masi, significa che puntare ancora sulla qualità vuole dire puntare sul rischio. «Certo, la qualità deve rimanere come elemento portante di base, ma per vincere credo che il made in Italy dovrà oggi legare la propria forza alla capacità di stupire, di proporre oggetti e creazioni che altrove non sarebbero possibili. Ma che proprio per questo sono in grado di conquistare il mondo». In una parola, ancora una volta, glocal.

outlet

Guida agli spacci di noti marchi italiani nel centro Italia.

Toscana

Dolce & Gabbana

loc. Santa Maria Maddalena, Pian dell'Isola, Incisa Valdarno (Fi), tel. 0558331300.

Trecento metri quadrati dedicati alle collezioni delle stagioni passate.

Roberto Cavalli Factory Outlet

loc. Osmannoro, Sesto Fiorentino (Fi), tel. 055317754.

Articoli della prima linea dell'anno precedente.

Prada Space Outlet

Montevarchi (Ar), tel. 0559196528.

Oltre a Prada, fine serie e campionario di Miu Miu, Helmut Lang, Jill Sander, Church's.

Harris Shoes

viale Colombo 92, Fucecchio (Fi), tel. 0571261508.

Prestigiose fine serie in pellami preziosi.

Umbria

Brunello Cucinelli

piazza Dalla Chiesa, Solomeo (Pg), tel. 075529481.

Buona scelta di abbigliamento e maglie in cachemire.

Luisa Spagnoli

strada Santa Lucia 35, Perugia, tel. 07540158. Spaccio del famoso marchio classico.

Marche

Armani Factory Store

via Merloni 10, Matelica (Mc), tel. 0737786148.

Vasto assortimento per uomo e donna.

Tod's Outlet

via Filippo della Valle, Sant'Elpidio a Mare (Ap), tel. 0734871671.

Lo spaccio delle calzature Della Valle: Tod's, Hogan e Koss.

Calzaturificio Rossi

Zona industriale Villa

Lucani, Montegranaro (Ap), tel. 0734891504.

Vasta gamma di articoli per uomo e donna.

Cesare Paciotti

Zona industriale B, Civitanova Marche (Mc), tel. 073379061. Calzature firmate.

Space Prada

Montegranaro (Ap), tel. 07348978272.

Spaccio aziendale con rimanenze e fine serie di calzature e pelletteria.