

VIAGGIO NELLA CAPITALE DELLA SETA

REGALI SPECIALI SOTTO L'ALBERO

REPORT
LE CITTÀ
DEL FUTURO

SACERDOTI DEL MADE IN ITALY

LA SILICON VALLEY SALUTA TRUMP

DICEMBRE, 2024

Forbes



Indice 4,90 euro - CH (T) 90 CH - Cda d'Azur 19,90 euro - Anno 8 - N° 84 - dicembre 2024 - Periodicità mensile - Prima impaginazione 07/02/2024
Mensile - Poste Italiane SpA - Spedizione in abbonamento postale D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) Art. 1 comma 1 LC/PM

COVER STORY

FRANCESI D'ITALIA

ERIKA LE NOAN,
PRESIDENTE DI DAMMANN FRÈRES

Classifiche

I miliardari
più ricchi
della Cina



BRANDVOICEcon *Men At Code*

96 | Il ponte tra tecnologia e persone

GOOD STORIES

- 99 | Costruire l'avvenire
Roberto Pianta
- 102 | Tesori da indossare
Lavinia Desi
- 104 | Effetto nostalgia
Primo Marzoratti
- 106 | Domani da programmare
Francesca Vercesi
- 108 | Medicina etica
Antonio Monreale
- 110 | Innovare responsabilmente
Daniilo D'Aleo
- 112 | Autentiche creazioni
Elisa Serafini

BRANDVOICEcon *Italmatch*

114 | La formula del cambiamento

- 116 | Guardare avanti
Andrea Celesti
- 118 | Confezioni sostenibili
Attilio Nucetti
- 120 | L'energia che trasforma
Lavinia Desi
- 122 | Parlare chiaro
Daniilo D'Aleo

BRANDVOICEcon *Huniv*

124 | Un modello di holding per lo sviluppo globale

- 126 | Eleganza che non tramonta
Maurizio Abbati
- 128 | Il Giappone in tavola
Marco Gemelli
- 129 | Fuori dagli schemi
Marco Gemelli
- 130 | Investitore per natura
Alessandro Dall'Onda
- 133 | Impatto ridotto
Roberto Pianta



163

SMALL GIANTSA cura di *Piera Anna Franini*

135 | Eccellenza da accarezzare

BRANDVOICEcon *Sinapsi*

138 | I mezzi per crescere

TRAVEL

- 141 | Un secolo in viaggio
Penelope Vaglini
- 144 | Scendere in campo
Camilla Rocca
- 145 | Alta qualità ad alta quota
Antonio Leggieri
- 146 | Oltre l'evasione
Penelope Vaglini
- 148 | Una nuova Palermo
Camilla Rocca
- 150 | Sempre più avanti
Antonio Leggieri
- 152 | Sostenere l'innovazione
Andrea Celesti
- 153 | Dimore senza tempo
Penelope Vaglini
- 154 | Benessere dell'altro mondo
Penelope Vaglini
- 156 | Soggiorni romantici
Penelope Vaglini
- 158 | Accoglienza ecologica
Lavinia Desi
- 159 | Lusso secolare
Lavinia Desi

BRANDVOICEcon *Ospitami Group*

160 | L'ospitalità contemporanea nel centro di Milano

FORBES LIFE

- 163 | Notti magiche
Alessia Bellan
- 166 | Vini di valore
Luca Sessa

BRANDVOICEcon *Traininpink*

168 | Questione di forma

- 170 | Sapore di Toscana
Cristina Mercuri
- 171 | Forbes design
Valentina Lonati
- 172 | Forbes tech
Gabriele Di Matteo
- 173 | Forbes trends
Marco Gemelli

LIVING

- 174 | Milano *Alessia Bellan*
- 175 | Roma *Mara Cella*
- 176 | Londra *Augusto Snodgrass*
- 177 | New York *Aka Sarabeth*
- 178 | Pensieri e parole
Capi

Eccellenza da accarezzare



COMO È LA CAPITALE DELLA SETA DAL TEMPO DEI VISCONTI E DEGLI SFORZA. MANZONI SCRIVEVA DEI SUOI FILATORI SEICENTESCHI. OGGI LA CITTÀ È RESPONSABILE DELL'80% DELLA PRODUZIONE EUROPEA, CON UN DISTRETTO TESSILE DA 1.046 AZIENDE, 14MILA ADDETTI E UN FATTURATO DI 2,1 MILIARDI DI EURO

Da secoli Como è sinonimo di seta. Da quando i Visconti, ma soprattutto gli Sforza - in testa Ludovico il Moro -, fecero del Ducato il *caput mundi* nella produzione di broccati e sete pregiate. A suon di editti, tanta Lombardia, già vocata al tessile, venne convertita in filari di gelso per alimentare i bachi da seta. A questa lavorazione si affiancò quella del cotone giunto copioso dalle Americhe, in particolare durante la dominazione degli spagnoli, *conquistadores* del Nuovo Mondo. Fa fede il romanzo più lombardo che ci sia, *I promessi sposi*, che ha per protagonisti due filatori di seta; e un po' tra le righe, altrove chiaramente, si allude alla crisi del tessile nella Lombardia ispanica del Seicento, mentre di là dall'Adda, con i veneziani, le cose andavano decisamente meglio, tanto che a Bergamo i lavoratori della seta erano accolti "a braccia aperte". Di lì a un secolo avvenne una rimonta, con climax nelle terre di Como: per il 93% dedite alla bachicoltura, così come le manifatture di

vecchia data venivano via via sostituite da attività organizzate con criteri imprenditoriali e standard da prima rivoluzione industriale.

Oggi a Como fa capo l'80% della produzione europea della seta, biomateriale prodotto da insetti e ragni, dunque altamente sostenibile. Non c'è azienda, fra le 1.046 del distretto tessile, di cui 700 società di capitali, che si occupi in modo esclusivo di seta: in cui sarebbe praticabile. Ma una cosa è certa: "La seta circola nel sangue delle nostre aziende", spiega Guido Tettamanti, segretario del gruppo filiera tessile della locale Confindustria. Imprese che occupano 14mila addetti, generano un fatturato di 2,1 miliardi di euro, il 20% del quale scaturisce proprio da questa fibra. Nel Comasco è presente l'intera filiera, fermo restando che è dagli anni Settanta, e più in generale da quando le filande hanno chiuso i battenti, che il filo di seta viene importato dalla Cina. Le ultime generazioni ignorano termini come *bigatt*, *cavalee* o *gianin*

de seda, che stanno per baco. Stesso dicasi per *bigatè*, colui che riforniva gli allevatori delle larve appena nate.

Come ci racconta Laura Sofia Clerici, presidente dell'Ufficio italiano seta e al timone della Teseo (con lei alla terza generazione), "quando sei in Cina, al cospetto di quelle immense distese di bachicoltura, capisci una volta per tutte che in Italia un'attività del genere è impensabile, per ragioni di spazio, ma anche per i costi della manodopera. Perché queste attività sono poco industrializzabili, chiedono tanta manualità. Pure in Cina, comunque, la bachicoltura sta migrando nelle aree dove il costo del lavoro è più basso". Dalla Cina si importa il filato, così come "capita che le fasi di filatura possano essere svolte in Cina o nei paesi dell'Europa orientale, Romania in testa, ma tessitura, tintura, finissaggi e stampa sono appannaggio del distretto". Il made in Como è assicurato

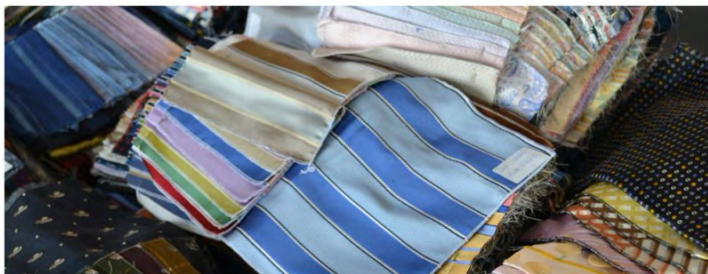
“In Cina, al cospetto delle immense distese di bachicoltura, capisci che in Italia un'attività del genere è impensabile, per ragioni di spazio e costo della manodopera”

dall'unica filiera serica nell'emisfero occidentale, dove sono presenti tutte le lavorazioni del ciclo della trasformazione della seta. "Nel nostro distretto", continua Tettamanti, "non manca un solo anello della filiera, che si tratti di produzione di tessuto tinto in filo, pezza o stampato. A dire il vero, nell'ambito serico la nostra prerogativa è proprio lo stampato, esaltato dalla seta poiché più di tutte le altre fibre valorizza il colore".

Le dimensioni delle aziende seriche, di cui solo quattro superano la soglia delle pmì, rischiano di farne vasi di terracotta costretti a viaggiare in compagnia dei vasi di ferro di Cina e Francia. Come tener testa a tali giganti? "Puntando sulla qualità assoluta, siamo famosi per questo nel mondo", dice Clerici. "Consapevoli che operiamo in una nicchia altamente specializzata, dobbiamo puntare su tracciabilità e sostenibilità, e comunicare tutto ciò, perché non basta fare. Esportiamo in ogni angolo del mondo, ma i nostri due mercati di riferimento sono Italia e Francia, culla dell'alta moda e dunque bisognosi di una qualità superiore". In sintesi: un prodotto griffato in seta è fatto, nella maggior parte dei casi, con tessuto comasco. E non è infrequente che gli stilisti continuino ad avere un rapporto diretto con i fornitori di vecchia data: assieme hanno contribuito all'affermazione della moda italiana. **E**



I maestri della SETA



COSETEX

Como contagia anche le aree limitrofe. E la lontananza dall'epicentro aguzza l'ingegno. A Medolago, in provincia di Bergamo, la famiglia comasca Mandelli è titolare di una delle aziende della seta più longeve d'Italia. Centoventi anni fa Silvio Mandelli iniziò a commerciare materiali in seta discontinua. Naseva così Cosetex, oggi alla terza generazione, e con un tratto distintivo: acquista, lavora e fornisce la fibra in seta per chi produce filati anche in mista con altre fibre nobili, dalla lana a cashmere, alpaca, canapa, vicuna. Cosetex ha inoltre brevettato T.Silk, la prima imbottitura 100% in seta per abbigliamento e casa, con una linea di prodotti per il sistema letto seta (piumoni, topper, gancionali, federe, lenzuola).

SAATI

È la gigantessa del distretto, con il più alto fatturato, nonché unica a concentrarsi in modo esclusivo sul tessile tecnico anziché sull'abbigliamento. Crea tessuti tecnici di precisione partendo

da fibre sintetiche e prodotti chimici. Si va dai tessuti per la microfiltrazione a uso sanitario a elettronico di consumo, serigrafia e dispositivi per la sicurezza.

MANTERO

È stata fondata nel 1902 da Riccardo Mantero, che da Novi Ligure si portava a Como per comprare e rivendere tessuti. Partenza cauta, con appartamento al primo piano e sotto la bottega, e nel 1940 lancio di una tessitura industriale che - si narra - lavorava anche la seta per i paracadute. Ora Mantero tesse, tinge, stampa e confeziona tessuti, foulard, cravatte e altri accessori tessili in una struttura dove convivono diverse arti e professioni: la disegnatrice, la coloritura, la stampa tradizionale a quadro, la stampa digitale, la tessitura, il finissaggio, l'orlatura e il controllo qualità.

RATTI

Fondata nel 1945, è oggi tra le più pregiate aziende nella produzione di tessuti stampati per abbigliamento, uniti,

tinti in filo e jacquard. Copre inoltre il segmento della cravatteria e della camiceria, il mare e l'arredamento. Gestisce e controlla l'intero ciclo produttivo: dall'idea creativa alla progettazione del tessuto, fino alla fase di nobilitazione. Dal 1989 è quotata alla Borsa di Milano e dal 2010 è nel gruppo Marzotto.

ACHILLE PINTO

Fondata nel 1933, Achille Pinto è una spa con quartier generale a Casnate con Bernate (Co) e altre otto sedi tra amministrative, operative e legali. Stamperia e magazzino sono a Casnate con Bernate, la tessitura a Colverde, mentre a Villaguardia c'è una sede di confezionamento. Nel Biellese vi sono un'orditura e una tessitura, più il magazzino dei filati cashmere. Pierre-Louis Mascia, brand del quale è socio di maggioranza, è presente in 400 multibrand e due monomarca, a Milano e Portofino, mentre i brand Franco Ferrari, al 100% di Achille Pinto, e Alonpi sono presenti in 150 multibrand ciascuno. **F**