

GABRIELE CATANIA

■ **VENEZIA.** L'Artisan Valley del Nord Est inizia sui moli dell'Arsenale, che per secoli fu il maggior complesso produttivo d'Europa, e oggi è lo scheletro di una gloria ormai lontana anni luce. «Sa cosa vuol dire arsenale? Viene dall'arabo, significa "casa del mestiere". Le maestranze che lavoravano qui non conoscevano rivali». A parlare è Stefano Micelli, docente di economia della Ca' Foscari di Venezia, direttore della Fondazione Nord Est e teorico degli "artigiani digitali". «Penso che l'artigianalità possa essere un grande ingrediente di competitività per la manifattura non solo nordestina, ma italiana. Gli antichi saperi vanno declinati in modo intelligente, in primo luogo attraverso le tecnologie della stampa 3D, il taglio laser, le macchine a controllo numerico».

L'Artisan Valley, spiega Micelli, è «una realtà in divenire: un tessuto di piccole e medie imprese che sulle

Le nuove tecnologie potrebbero incrementare il valore dell'industria italiana di 4 miliardi l'anno e creare lavoro per 40 mila persone

competenze artigianali hanno saputo costruire una cultura del design, della progettazione, del management, grazie alla quale sono competitive a livello globale». Cuore del distretto è il Veneto che produce, ma non solo. «La geografia di questo nuovo manifatturiero», prosegue l'economista, «va da Bologna a Trento, da Udine a Verona. Non è un caso isolato, sia chiaro: altri esempi straordinari li abbiamo in Toscana e in Lombardia, specialmente tra Como e Varese. Però chi vuole varietà e personalizzazione deve venire qui. Nel Nordest c'è un saper fare che, in certi settori, è unico al mondo». Tanto da attirare brand come Louis Vuitton, del colosso del lusso Lvmh: a Fiesse d'Artico, nella Riviera del Brenta, i francesi hanno uno stabilimento modello che combina la sapienza artigiana dei locali maestri della scarpa con robot e macchine sofisticate.

È un Nord Est diverso: l'euforia degli anni Novanta è un ricordo evanescente, gli *schei* sono un po' meno. Ma nei capannoni che hanno retto alla buriana della crisi non si trovano più solo torni e frese, ma macchine stereolitografiche e scanner laser.

I protagonisti dell'Artisan Valley sono tanti. Per esempio c'è la Marrone Custom Cooking di Zoppola, in provincia di Pordenone, che produce cucine professionali con cura sartoriale, coniugando progettazione digitale e saldature fatte a mano. C'è lo stabilimento Berluti a Ferrara, che sforna scarpe e pelletteria. Ci sono gli *Italian Cobblers*, rete di "calzolai digitali" veneti e lombardi che, grazie ai *foot scanner* 3D, scansionano tridimensionalmente i piedi dei clienti, e fanno scarpe che calzano davvero a pennello.

I dati indicano un grande potenziale economico: secondo uno studio di Make in Italy, a cura della Fondazione Nord Est e Prometeia, se la manifattura del Nordest sposasse le tecnologie più avanzate l'impatto varrebbe 1,7 miliardi di euro l'anno. Se la modernizzazione fosse a livello nazionale, si arriverebbe a 4 miliardi su base annua (in termini di valore aggiunto), con ricadute occupazionali per quasi 40 mila persone. Dallo studio emerge poi che le imprese del

● ARREDI



● Casa

La Marrone Custom Cooking di Zoppola, azienda situata in provincia di Pordenone, Friuli Venezia Giulia, produce cucine professionali - e disegna sui bisogni dei clienti - con cura sartoriale, unendo la progettazione digitale con le saldature fatte a mano.

● DIVERTIMENTI



● Giochi

Nel vicentino c'è Zamperla, un'impresa che realizza giostre per parchi come quello della Disney a Parigi o di Coney Island a New York, utilizzando scanner e stampanti 3D. La società ha un fatturato che si aggira intorno ai 70 milioni di euro all'anno.

● AFFARI D'ORO



● Monili

La Dws produce stampanti 3D, in primis per l'oreficeria, ed esporta in mercati come il Giappone e la Corea del Sud. Quest'anno la società ha visto crescere il giro d'affari del 20% e ha traslocato dallo stabilimento di Zanè a uno più grande a Thiene.

● RICERCA



● Industria

A Rovereto ha sede il WitLab, uno dei più grandi *fablab* d'Europa. In uno spazio di oltre 300 metri quadri si trovano stampanti 3D a Pla e a fotopolimero, fresatrici a controllo numerico, piattaforme per la robotica, persino una piegatrice digitale.



ATYPICAL

la valle degli artigiani che fanno le scarpe con i bit

Imprese | Giostre, cucine e gioielli disegnati in 3D. Fresatrici a controllo numerico accanto a banconi da falegname. Nelle aziende del Nord Est il digitale sta rivoluzionando la manifattura. E i ricavi sono in crescita

COMPETITIVITÀ Piccole e medie aziende hanno saputo sviluppare una cultura del design, della progettazione e del management, riuscendo così a sfidare la concorrenza a livello globale

Nordest sono quelle più ricettive, sia sul fronte delle stampanti e degli scanner 3D, sia su quello delle macchine a controllo numerico e del taglio laser.

Per toccare con mano questa industria nascente ci sono varie opzioni. Si può prendere un vaporetto sino a Murano, dove ci sono artigiani del vetro che usano la stampa 3D per creare nuovi prototipi. O magari si va in stazione e si prende un regionale

per Mestre, dove c'è la bottega di uno dei "tecnocalzolai" citati da Micelli. Oppure si raggiunge, sempre in regionale, Vicenza, dove c'è un enorme interesse per le tecnologie della manifattura digitale. Si avvalgono di scanner e stampanti 3D, per esempio, gli artigiani di Zamperla, azienda con un fatturato da 70 milioni di euro che fa giostre presenti ovunque (incluso il parco Disney a Parigi e Coney Island a New York). «La forza di

tante aziende vicentine, ma anche friulane», conferma un imprenditore che si divide tra Udine e Vicenza, e che preferisce restare anonimo, «è l'abilità dei nostri artigiani. Gente che magari non ha mai letto un libro, ma che nelle mani ha una creatività prossima al genio. Ora, con le stampanti 3D e le nuove tecnologie, potranno fare miracoli».

Sempre a Vicenza un altro esempio di artigianato digitale è la Dws,

che produce stampanti 3D, soprattutto per l'oreficeria, ed esporta in mercati remoti e difficili come il Giappone e la Corea del Sud. A dirigere Dws è Maurizio Costabeber, veneto doc che per lavoro, oltre all'inglese, ha dovuto imparare pure un po' di giapponese. «Siamo un'impresa piccola», dice a pagina99, «il nostro Dna è artigianale, ma vogliamo crescere, anche di taglia, per poter competere con i grandi operatori del mercato, che sono multinazionali quotate a Wall Street». Nel settore, le macchine della Dws sono rinomate, e hanno permesso un aumento del fatturato invidiabile. «Rispetto all'esercizio precedente, di quasi 9 milioni di euro, quest'anno dovremmo essere cresciuti di oltre il 20%. Stiamo pure assumendo». Il modello di business della Dws è fondato sull'auto-finanziamento. I clienti sono pronti a pagare in anticipo, e gli affari vanno talmente bene che l'azienda sta traslocando dallo stabilimento di Zanè a uno più grande a Thiene.

Si respira entusiasmo per l'artigianato digitale pure a Verona, storica capitale italiana dell'arte nera, la tipografia. In una viuzza del centro storico della città c'è Lino's Type, startup del letterpress (tecnica di stampa che utilizza testo e immagini in rilievo, ndr) a metà strada tra il laboratorio tipografico e lo studio di grafica. Anche se i tavoli sono ingombri di MacBook e smartphone, qui si organizzano corsi di serigrafia e calligrafia, e l'arsenale tecnologico a disposizione include un venerando torchio Albion del XIX secolo, e due possenti stampatrici Heidelberg. L'atmosfera è retro-futurista, da officina di un romanzo steampunk, o di un cartoon di Hayao Miyazaki. «Noi italiani dobbiamo rivalutare il patrimonio di saperi che c'è nei territori», dice a pagina99 Matteo Zamboni, laureato in design industriale al politecnico di Milano, e tra i soci di Lino's Type. «Verona è famosa nel mondo per le sue tipografie, il catalogo del Moma viene ancora oggi stampato qui». L'idea dietro Lino's Type è «recuperare questa grande tradizione artigiana che si trasmette

.....
«La geografia di questa artisan valley va da Bologna a Trento. Qui c'è un saper fare che in certi settori è unico al mondo», spiega Micelli

da generazioni, ma rischia di scomparire, e proiettarla nel futuro con le nuove tecnologie».

La stampa 3D è uno degli asset dell'azienda. Consente, dice Zamboni, «di personalizzare il prodotto in modo straordinario, quasi sartoriale». Le Heidelberg con cui Lino's Type stampa biglietti da visita, manifesti e inviti su ogni tipo di carta e cartone, hanno bisogno di cliché e caratteri mobili: a creare questi ultimi, a mano, come si faceva una volta, servirebbero enormi quantità di tempo e denaro, mentre con la stampa 3D è facile ed economico comporre una nuova matrice. Basta scegliere i caratteri preferiti (o disegnarli ex novo) e poi stamparli in plastica.

Se da Verona si prende l'autostrada del Brennero e si va verso nord, ci si addentra nell'Artisan Valley a più alto contenuto tecnologico. La prima tappa d'obbligo è Rovereto, ex città industriale che sta cercando di reinventarsi puntando su cultura e nuova manifattura. Qui, a dieci minuti d'auto dal Mart (il museo di arte contemporanea progettato da Mario Botta) ha sede il WitLab, uno dei più grandi fablab d'Europa. Uno

spazio di oltre 300 metri quadri dove si trovano stampanti 3D a Pla e a fotopolimero, fresatrici a controllo numerico, plotter, laser cutter, scanner 3D, postazioni per la saldatura, piattaforme per la robotica, banchi da falegname e persino una piegatrice digitale.

Sembra l'armamentario di Frank Frink, l'artigiano de *La svastica sul sole* di Philip K. Dick. E invece è il kit di emergenza della piccola azienda manifatturiera che non vuole chiudere bottega. In un mondo sempre più competitivo, altre strade non ci sono: nella sola Seul, capitale della

Sud Corea e nuova potenza industriale, ci sono più di 60 officine di manifattura digitale, e oltre cento aziende di elettronica customizzata. Il WitLab è pensato per startup e imprese del secondario. Invece il fablab di Trento, che ha sede nel Muse (il Museo delle scienze concepito da Renzo Piano), desta l'interesse della folta comunità scientifica locale. «Si tratta di uno spazio dove si realizzano prototipi e si fa ricerca dal basso», dice a pagina99 Sabina Barucci, manager del fablab, con l'entusiasmo di chi nella fabbricazione digitale ci crede davvero. Co-

me ci credono gli studiosi di biologia o informatica dell'università di Trento, che vanno al Muse per stampare «piccoli strumenti di loro invenzione, utili per le ricerche che stanno portando avanti».

Dopo gli artigiani digitali, nasceranno anche quelli scientifici? Di certo è uno scienziato Alessandro Rizzi, amministratore delegato della Smart3k. La startup, che ha il suo ufficio a Povo di Trento, in una palazzina dall'aria vagamente tirolese, sta sviluppando nuove metodologie per i sistemi di rilevazione e acquisizione 3D. «Due dei campi di applicazione

più promettenti sono quelli della chirurgia estetica e della dermatologia, ma possono esserci risvolti interessanti pure nel cinema e nel design», dice Rizzi. Con un istituto locale per stilisti la Smart3k sta realizzando pure uno scanner 3D per uso sartoriale. Negli Stati Uniti questo tipo di tecnologia si sta già diffondendo, e adesso anche gli atelier di moda italiana potrebbero puntarci. Come per altri settori chiave del made in Italy, il futuro della tradizione sartoriale italiana si gioca anche qui, sul crinale scivoloso tra innovazione e saper fare.

■ Se Adriano Celentano si occupasse di manifatturiero italiano, probabilmente direbbe che la "fabbrica lenta" è rock. A Molvena, borgo vicentino che ha dato i natali a due aziende come Dainese e Diesel, c'è una manifattura tessile davvero rock: la Bonotto. Fondata nel 1912, un fatturato importante (oltre 30 milioni di euro nel 2013), la ditta è l'emblema di un nuovo modo di produrre, che guarda al passato e fa leva su una cultura di tecniche, gesti e competenze difficili da apprendere e quasi impossibili da clonare.

Direttore creativo dell'azienda è Giovanni Bonotto, classe 1967. Barba fluente, carismatico, è stato allievo di Umberto Eco a Bologna e ha vissuto in Giappone e Patagonia. È lui ad aver coniato il concetto di "fabbrica lenta". In un settore dove molto spesso il brand conta più del prodotto, e dove basta un attimo per passare di moda, un amore insaziabile per le «cose ben fatte», i «vecchi ferri» e le «antiche tecniche artigiane» lo ha spinto a tornare al passato. Ai processi produttivi di una volta, lenti e manuali. E infatti lo stabilimento di Molvena, che è un po' museo di arte moderna e un po' opificio, è il regno di sferraglianti telai giapponesi del secolo scorso, e di maestranze che anziché *strucare el boton* riscoprono i segreti dell'arte della lana (che in Italia risale al Medio Evo).

L'obiettivo della Bonotto è l'opposto della produzione di massa consumista e standardizzata. Si vogliono produrre tessuti di altissima qualità, come quelli dei nonni, che resistevano alle intemperie e duravano una vita, all'insegna di una filosofia che non dovrebbe dispiacere a un *fixer* o a un *reuser*. Gli ingredienti di questo modello di business insolito, ma che sta riscuotendo successo in tutto il mondo, sono materie prime pregiatissime come la lana del guanaco (una specie di lama), e tecniche di

tintura a base di caffè, amaro o mirtillo del vicino Altopiano di Asiago.

La Bonotto non è l'unica manifattura culturale della zona. A Venezia, per esempio, ha sede la tessitura Luigi Bevilacqua, che fa velluti, broccati, lampassi, rasi e damaschi su telai del XVIII secolo, come ai tempi della Serenissima. Sempre a Venezia c'è un'azienda simbolo della profumeria italiana, la Mavive, famosa per il suo Pino Silvestre, e che oggi vanta un fatturato intorno ai 18 milioni di euro. Negli ultimi anni l'azienda ha deciso di

scommettere sul fascino del passato mercantile della città lagunare, e sull'antica arte profumatoria veneziana, ricca di note speziate e floreali dall'Oriente. Il risultato sono le fragranze del marchio The Merchant of Venice.

A Murano invece c'è la Seguso, storica azienda vetraria che ha le sue radici nel XIV secolo.

A pagina99 Gianluca Seguso, amministratore delegato dell'azienda, spiega: «Noi siamo industriali della cultura del fare vetro. Il nostro approccio è da fabbrica lenta, e si ispira a una tradizione antichissima, a

una sapienza non scritta ma reale. Assmilerei il nostro artigianato a Slow Food. Nelle nostre fornaci si ritrovano, ogni giorno, quelle ritualità che Petrini ha cercato di difendere nell'ambito enogastronomico».

Chi ci ha preceduto non era uno stupido. Tanto meno lo erano i maestri vetrai veneziani, che per secoli sono stati uno dei puntelli dell'economia locale. E quindi è difficile dare torto a Seguso quando dice che «per noi tradizione non è certo fare le cose sempre allo stesso modo. Per noi la tradizione è una sequenza di innovazioni

del passato ben riuscite. Significa scegliere il meglio».

Un altro esempio di manifattura culturale si trova a Firenze. È la SuperDuper, creata alla fine del 2010 da tre ragazzi appassionati di moda, vintage e bancarelle. In pochi anni il loro amore per i cappelli (un capo di abbigliamento che ha conosciuto un forte declino, negli ultimi tre o quattro decenni) si è tramutato in una piccola azienda che esporta cappelli fatti a mano anche in Giappone. «Abbiamo voluto riscoprire il cappello, e la tradizione cappelliera fiorentina», racconta a pagina99 Veronica Cornacchini. «Dato che a livello di conoscenze partivamo da zero, fondamentale per noi è stata la lettura del libro *L'arte di fare i cappelli* di Anna Maria Nicolini, e i preziosi consigli che questa importante modi-

.....
La Mavive riscopre la Venezia di un tempo, la Bonotto lavora con macchine del '900

sta, oggi ormai abbastanza anziana, ha voluto regalarci».

Un'altra micro-manifattura culturale è la Atypical, startup di Monza che coniuga artigianato e design creando tavole da skate (nel gergo, *cruiser*) per gli appassionati di tutto il mondo. Si tratta di tavole in legno massello, intrise di suggestioni dell'America anni '60 e '70. «Noi non siamo figli d'arte, non siamo nati artigiani. Il nostro sogno era creare un prodotto di qualità, e unico», dice a pagina99 Mitola. «Nel nostro laboratorio tagliamo, levighiamo, disegniamo, coloriamo e assembliamo le nostre tavole. E riusciamo a venderle non solo in Italia ma pure all'estero, per esempio in Francia».

G.C.

tessere il futuro sul telaio del passato

Saperi | Dal vetro ai profumi, le piccole produzioni innovano rifacendosi alla tradizione



FABBRICA Un'operaia a lavoro alla Bonotto di Molvena (Vicenza)

MARTINO LOMBEZZI/CONTRASTO

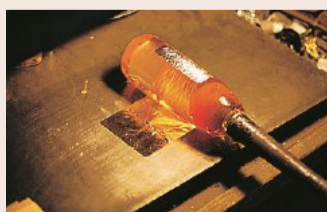
● ABBIGLIAMENTO



● Cucito

Fondata nel 1912, la Bonotto di Molvena produce tessuti utilizzando antichi telai giapponesi, materie prime pregiate come la lana del guanaco, e tecniche di tintura a base di caffè, amaro o mirtillo del vicino Altopiano di Asiago.

● TRASPARENZE



● Oggetti

A Murano c'è la Seguso, una sorta di Slow Food dell'arte vetraria. «Noi siamo industriali della cultura del fare vetro. Il nostro approccio si ispira a una tradizione antichissima, a una sapienza non scritta ma reale», dice il suo amministratore Gianluca Seguso.

● ACCESSORI



● Cappelli

La SuperDuper è nata alla fine del 2010 da tre ragazzi appassionati di moda, vintage e bancarelle. Realizza cappelli fatti a mano, e in pochi anni è riuscita ad esportare anche in Giappone un capo di abbigliamento che ha conosciuto un forte declino.

● SPORT



● Sulla strada

La Atypical è una startup di Monza che coniuga artigianato e design creando tavole da skate di qualità per gli appassionati di tutto il mondo. Si tratta di oggetti fatti a mano, costruiti con il legno massello e intrisi di suggestioni dell'America anni '60 e '70.