

Tesi di laurea di Veronica Vavassori
Fashion styling and communication (minor communication)

Ricerca tesi
Progetto T1

Docenti Maela Basso e Serena Toffetti

Anno accademico 2023/2024

INDICE

Introduzione

1 L'artigianalità

- 1.1 L'importanza dell'artigianalità e la figura dell'artigiano
- 1.2 L'artigianato dall'industrializzazione ad oggi

2 La territorialità

- 2.1 Il territorio bergamasco
- 2.2 La produzione tessile nella Bergamasca

3 La produzione e la sostenibilità

- 3.1 La filiera produttiva: dallo sviluppo del prodotto moda al negozio
- 3.2 Le tecniche produttive sostenibili
- 3.3 Metodi di produzione dei *brand* Nei Miei Panni e Sophie Stique*

Conclusioni

Bibliografia

Sitografia

Appendice

Interviste ai *brand* Nei Miei Panni e Sophie Stique*

INTRODUZIONE

"L'artigianato ci fa sentire radicati, ci dà un senso di appartenenza e ci connette con la nostra storia." Phyllis George

La mia tesi nasce da un interesse personale verso il mondo dell'artigianalità nel settore della moda.

L'elaborato andrà innanzitutto ad indagare, attraverso uno sguardo tecnico, come avviene la produzione di un prodotto di moda artigianale, analizzandone ogni sua fase lungo la filiera, con l'obiettivo di approfondire un tema che ormai da sempre contraddistingue l'Italia nel mondo: il *savoir-faire* artigianale italiano.

Oltre a voler condurre un'analisi del processo produttivo, il fine ultimo sarà quello di andare a valorizzarlo, promuoverlo e preservarlo.

La ricerca si concentrerà poi in un luogo specifico dell'Italia, ovvero nel territorio bergamasco. Verrà svolto un approfondimento dei vari aspetti e ambiti che caratterizzano questa zona, insieme ad uno studio di alcuni *brand* di moda artigianali che si sono sviluppati nel territorio di Bergamo.

Il primo *focus* del mio lavoro verterà sul concetto di artigianalità e sulla figura dell'artigiano, con un *excursus* diacronico sul peso culturale del suo lavoro e sulla sua evoluzione, dall'antichità ad oggi, fino a proporne una possibile prospettiva futura.

Di pari passo con l'analisi delle fasi della filiera produttiva, delle tecniche e delle materie prime utilizzate, verrà trattata anche la questione della sostenibilità, giacché in ragione di essa sono stati realizzati nuovi metodi di produzione, basati su un'idea di riciclaggio e di recupero dei materiali.

Infine, mediante delle interviste ai *brand* artigianali del territorio bergamasco, in particolare Nei Miei Panni e Sophie Stique*, si analizzerà l'argomento della tesi da un punto di vista interno, fondamentale per comprendere al meglio quelle che sono la maestria e la sapienza artigiana che differenziano questi *brand*.

1 L'ARTIGIANALITÀ



"Quando il nostro spirto è pieno di sentimenti, le nostre opere sono piene di fascino", Vauenargues, Brunello Cucinelli

1.1 L'importanza dell'artigianalità e la figura dell'artigiano

L'artigianalità è un metodo produttivo che caratterizza una creazione basata sul lavoro manuale, ovvero sulle abilità tecniche dell'artigiano, colui che fin dall'antichità si occupa di creare prodotti dal valore inestimabile, ove per "valore" si intende non solo – e non principalmente – quello economico, ma piuttosto quello culturale, in quanto ciascun prodotto conserva uno specifico *savoir-faire* tramandato di generazione in generazione, con la sua bellezza ed unicità, ma anche con i suoi errori e le sue imperfezioni. Proprio a sottolineare questo carico culturale, si dice che quando si acquista un prodotto artigianale è come se nello stesso tempo ci si appropriasse di una fetta di storia; dunque si può affermare che è proprio grazie agli artigiani se tuttora l'artigianalità rappresenta un tratto distintivo di vari Paesi, come quello italiano.¹

L'immaginario immediatamente evocato dal termine "artigiano" trova il suo perno nella figura dell'uomo che lavora con i suoi vecchi arnesi all'interno della sua bottega, la quale permette essa stessa di percepire l'elevato grado di conoscenze e abilità manuali dell'uomo che la vive e le dona vita.

Una prima celebrazione di questa particolare figura di lavoratore era già comparsa all'interno dell'inno omerico al dio protettore degli artigiani, Efesto, il quale concepiva questa professione come portatrice di pace all'interno della civiltà, arrivando ad attribuirle il suo stesso inizio. La verità storica è, ovviamente, un'altra: gli uomini fabbricavano già da tempo gli attrezzi necessari alla produzione, ma l'artigiano celebrato da Efesto lavorava per il bene collettivo della società, rendendola sedentaria, ed è per questo motivo che i Greci consideravano l'artigianato e la comunità due elementi indissolubili.²

¹ Innocenzi L., "La storia dell'artigianato, un'arte senza tempo", *Habitante*, 18/02/2019

² Sennett R., (2008), *L'uomo artigiano*, Feltrinelli, Milano

La parola utilizzata dai greci arcaici per identificare l'artigiano era *demiourgos*, composta da *demios*, ovvero "appartenente al popolo", ed *ergon*, "opera, lavoro", e durante l'età arcaica, all'interno della società, i *demiourgoi* rappresentavano l'odierna classe media, posizionandosi tra gli aristocratici e gli schiavi.

Ma anche la cultura giudaica e la successiva cristiana valorizzava la figura dell'artigiano: basti pensare che Gesù Cristo era figlio di Giuseppe, un falegname di umili origini, ed

anche questo elemento, assieme al corredo di simboli ed allegorie che lo caratterizza, concorre a definire la sacralità già del Gesù Bambino.

Durante il Medioevo, nonostante la mancanza di un'espressione univoca per identificare il mestiere dell'artigiano, nondimeno esso ricopriva un ruolo di grande importanza all'interno della società, giacché creava oggetti per il popolo, dunque la sua era una figura di tutto rispetto.³

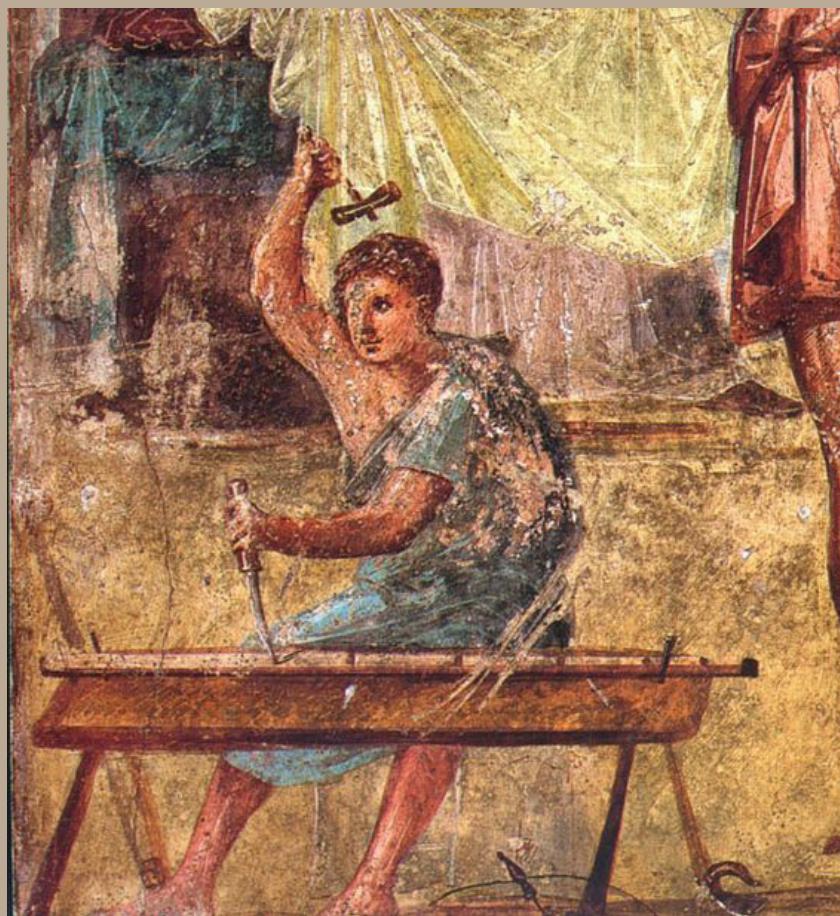
³ Sennett R., (2008), *L'uomo artigiano*, Feltrinelli, Milano



Formella 17, fidia o la scultura, Andrea Pisano, 1334-1336,
Fotografia autoprodotta

L'aspirante artigiano, fin dalla tenera età, si doveva iscrivere all'interno di un'associazione, detta Corporazione, volta a tutelare questo mestiere e tutto ciò che lo caratterizzava, e, dopo aver scelto il percorso "specialistico" che più faceva al caso suo, iniziava l'*iter* di apprendistato, che aveva una durata minima di sette anni, per diventare un artigiano a tutti gli effetti. Per prima cosa il giovane allievo veniva affidato all'insegnamento di un maestro artigiano, il quale gli avrebbe trasmesso i trucchi del mestiere. Ad essere trasmessa e tramandata era la maestria, termine che evoca una cultura dell'operare e del vivere strettamente legata all'aspirazione alla qualità, desiderio e motivazione del lavoro degli artigiani, i quali miravano a creare un prodotto che ecclisse da ogni punto di vista. È questo un aspetto fondamentale, poiché fa sì che l'artigianalità sia, ancora, una disciplina di rilievo e di tradizione. La maestria tecnica, però, non si riferisce solamente all'abilità manuale, poiché si fonda su qualcosa di

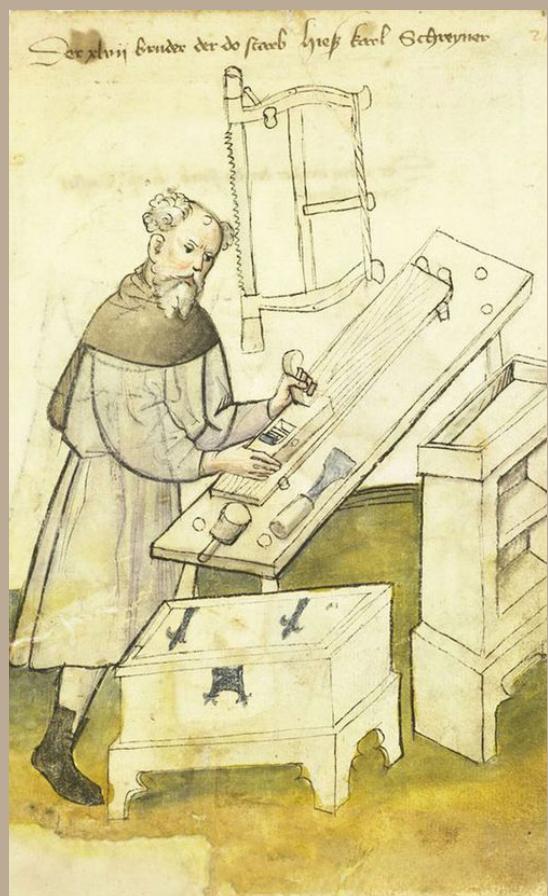
più profondo, che comprende il pensiero creativo e il sentimento speso e profuso durante il procedimento produttivo, eseguito - si badi bene - con lentezza, ritenuta un valore, poiché permette di dare spazio all'immaginazione e alla riflessione dell'artigiano.⁴



Karl schreyner (Schreiner) - Amb. 317.2° Folio 21 recto (Mendel I)



The village carpenter, by Tony Lodewijk George Offermans (1854-1911)



Carpentiere all'opera (dettaglio). Affresco, ante 79, dalla casa dei Vettii, Pompei

Le idee creative dell'artigiano prendevano vita all'interno della bottega, la sua casa a tutti gli effetti, un piccolo spazio in cui egli viveva con la propria famiglia e svolgeva il proprio mestiere. All'interno del laboratorio erano le competenze tecniche dell'individuo a definirne la collocazione gerarchica, per questo il maestro artigiano aveva il compito di comandare, dettare i parametri di qualità, stabilire i criteri per la promozione dei suoi dipendenti e i ruoli dei lavoratori.⁵

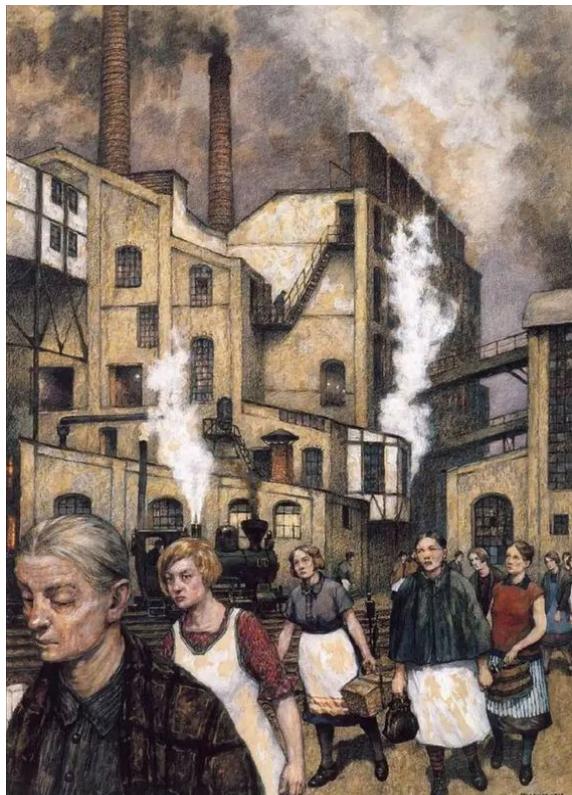
Il suo lavoro era considerato prezioso dalla comunità e questo faceva sì che avesse una certa rilevanza, ma dal Quattrocento, con i trattati di Leon Battista Alberti, artista rinascimentale, quest'idea iniziò a scomparire e l'artigiano cominciò a perdere l'importanza che aveva all'inizio, in quanto si cominciò a darne di più all'intelletto rispetto che alla manualità; questo cambiamento proseguì anche in seguito alla nascita delle Accademie, le quali misero in risalto il sapere accademico, evidenziandone le differenze con il mestiere manuale dell'artigiano, fino ad arrivare alle macchine della Rivoluzione Industriale.⁶

⁵ Sennett R., (2008), *L'uomo artigiano*
⁶ Innocenzi L., "La storia dell'artigianato, un'arte senza tempo"

1.2 L'artigianato dall'industrializzazione ad oggi

Durante il periodo della Rivoluzione Industriale, con la nascita delle prime industrie e con l'arrivo delle macchine, l'artigianalità perse in parte il suo valore e prestigio, entrando in una crisi. Queste innovazioni crearono un certo timore negli artigiani, in quanto resero il lavoro più meccanico, con un conseguente depauperamento delle loro abilità tecniche, del loro estro creativo e della qualità alla percezione del proprio lavoro.

Nel settore moda, da un'idea di produzione esclusivamente *haute couture*, in cui i sarti *couturier* creavano interamente a mano e su misura i vari capi d'abbigliamento, intorno agli anni Sessanta si passò al *prêt-à-porter* o "moda pronta", in cui i capi venivano prodotti industrialmente in serie, mantenendo comunque un'idea di qualità, e venduti nei sempre più numerosi negozi e grandi magazzini delle città. Ci fu così una rapida crescita dell'industria di questo settore, con un conseguente aumento delle vendite dei prodotti moda e un cambiamento della percezione di essi, dato anche dalla nascente società dei consumi, in cui i prodotti avevano un ciclo di vita breve e c'era la necessità di fare continui acquisti. La nuova produzione di massa, con la conseguente crescita del numero di macchine all'interno del settore produttivo e la diminuzione dei prezzi dei prodotti, portò varie criticità: da allora si è continuato sempre di più a perdere il valore della produzione artigianale e dell'alta manodopera qualificata, in favore di una sempre crescente produzione seriale.⁷



Berlin 13 Heures, 1931 by Hans Baluschek (1870-1935)



Illustrazione di Sunflowerman, La Scuola di Alto Artigianato Contemporaneo per le Arti e i Mestieri di Solomeo, Brunello Cucinelli

Il valore che l'artigiano conferiva ai prodotti non era però raggiungibile attraverso questo metodo produttivo, perciò, nonostante l'ingresso di nuovi strumenti e tecnologie, la figura dell'artigiano non scomparve mai ed iniziò a coesistere con essi; ciò anche grazie alle iniziative di alcune case di moda italiane, che hanno deciso di istituire delle scuole in cui si insegnano le tecniche produttive artigianali, al fine di introdurre nuove figure all'interno delle sedi produttive e di preservare così il mestiere dell'artigiano.

Ad esempio nel 2013 Brunello Cucinelli ha aperto la "Scuola di Alto Artigianato Contemporaneo per le Arti e i Mestieri" nel borgo di Solomeo, con l'obiettivo di istruire i giovani tramandando loro le tecniche artigianali, per valorizzarle e salvaguardarle, proponendo diverse discipline che vanno dalla modelleria e sartoria femminile e maschile fino alle arti murarie.⁸

⁸ Bovi D., "Cucinelli punta a triplicare gli studenti della Scuola di alto artigianato. Compenso di mille euro, bando a settembre", *Umbria 24*, 20/07/2022

Anche un'altra casa di moda italiana, Bottega Veneta, ha annunciato che aprirà, a marzo 2024, a Povolaro Dueville, in provincia di Vicenza, "l'Accademia Labor et Ingenium", con l'obiettivo di formare cinquanta studenti all'anno da inserire al termine del corso all'interno dei laboratori di produzione del *brand*: gli allievi verranno istruiti dai maestri artigiani mediante attività di formazione pratiche e teoriche in laboratorio, mentre i dipendenti potranno seguire corsi di aggiornamento per approfondire e sviluppare le loro competenze.⁹ Non è solo il settore della moda a preoccuparsi di salvaguardare il mondo dell'artigianato, ma numeroso sono le iniziative in ogni suo ambito: per esempio a Venezia si tiene "*Homo Faber*", una manifestazione culturale organizzata dalla *Michelangelo Foundation for Creativity and Craftsmanship*¹⁰, con mostre, manufatti e artigiani provenienti da ogni parte del mondo, per celebrare la creatività dell'uomo e le eccellenze dei mestieri d'arte contemporanei. L'edizione inaugurale si è tenuta nel 2018 e la prossima è attesa per il 2024.¹¹ Grazie anche a queste iniziative oggi si sta tornando

pian piano a dare valore al prodotto artigianale fatto a mano e non in serie, abbracciando l'idea di unicità, originalità e personalizzazione. Anche la figura dell'artigiano odierno si è andata a modificare: oggi è un imprenditore che ha saputo integrare al meglio il sapere manuale con le nuove tecnologie digitali e con i nuovi mezzi per curare la parte di comunicazione e di *marketing*.¹²

I progetti citati, oltre a dare attenzione al mondo dell'artigianato, puntano anche alla valorizzazione del territorio italiano, il quale, grazie alle sue caratteristiche e alla sua storia, ricopre un ruolo fondamentale nel panorama internazionale dell'artigianato.

9 Cardo G., "Bottega Veneta lancia l'Accademia Labor et ingenium per il futuro dell'artigianato", *Milano Finanza*, 16/10/2023

10 La *Michelangelo Foundation for Creativity and Craftsmanship* è un ente privato, internazionale e senza fini di lucro con sede a Ginevra, in Svizzera. Creato da Johann Rupert e Franco Cologni, si pone la missione di preservare, incoraggiare e valorizzare i mestieri d'arte d'eccellenza.

11 Menetto S., "A Venezia torna Homo Faber per celebrare la creatività", *Il Sole 24 Ore*, 14/04/2022

12 Innocenzi L., "La storia dell'artigianato, un'arte senza tempo"



Film "Craft in Motion", Bottega Veneta, 2023

2 LA TERRITORIALITÀ

2.1 Il territorio bergamasco

Il territorio bergamasco è una delle zone geografiche maggiormente sviluppate in Europa grazie alla sua posizione strategica vicina a Milano, capoluogo della regione lombarda, e ad altre città come Sondrio, Como, Brescia e Cremona. Inoltre esso si trova sull'asse di comunicazione che collega la Lombardia con il Veneto, diventando così un importante snodo in grado di consentire, ormai da diverso tempo, un ampliamento dei rapporti con vari mercati e Paesi europei.¹³ Questo territorio si può dire essere morfologicamente diversificato, in quanto è composto da zone alpine, lacustri, collinari e pianeggianti. Si alternano paesaggi naturali ed antropizzati, a causa della presenza di distretti produttivi e luoghi infrastrutturati, i quali rendono la zona una delle più rilevanti all'interno del Paese e al di fuori di esso.¹⁴

¹³ Camera di commercio di Bergamo, "Il territorio di Bergamo", *Camera di commercio di Bergamo*, 21/10/2020

¹⁴ Tognazzi C., (2023), *Il territorio di Bergamo: Storia, geografia, arte, attività, strade*, Polibio Books, Bergamo



Foto di Richard Woldendorp, *Coastal river pattern*, Northern Territory, 2004



Foto di Zuma Press/Alamy Foto Stock, Cile, 4th giugno 2011, l'eruzione di Puyehue-Cordon Caulle

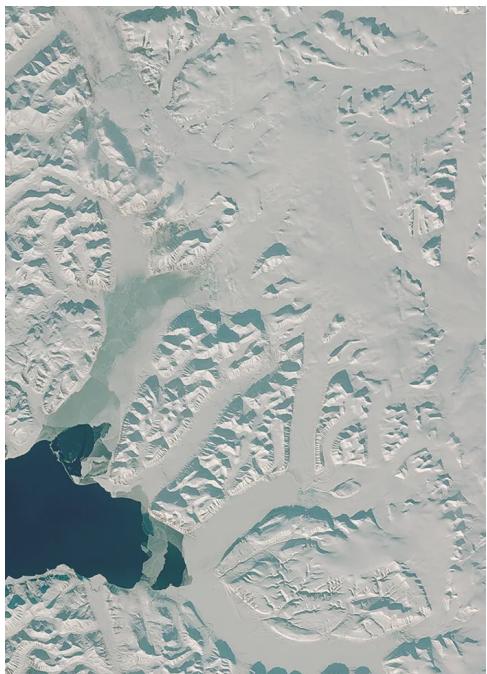
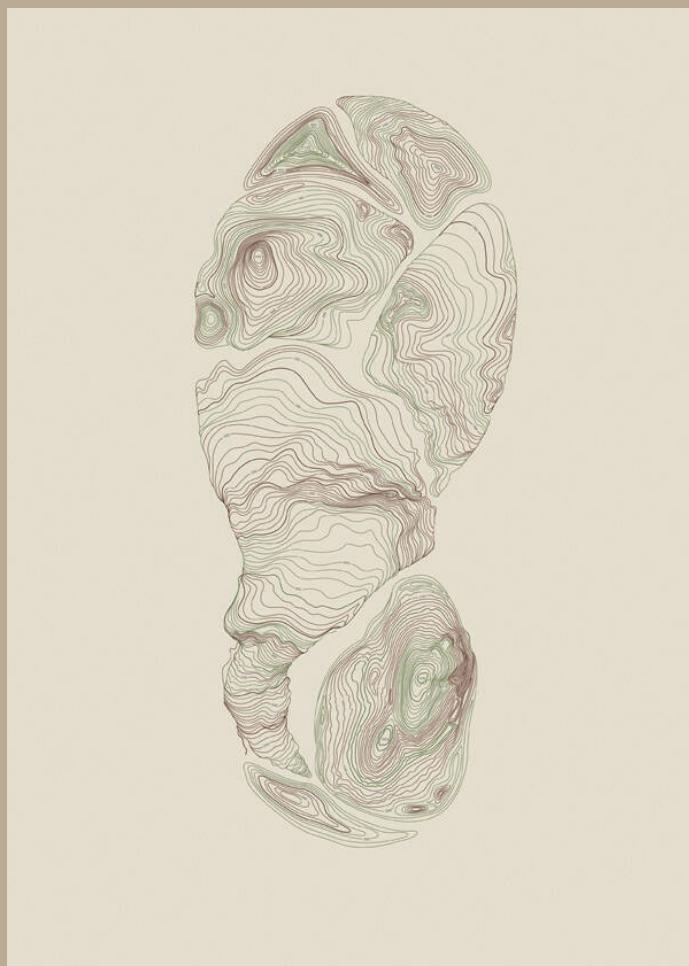


Foto di João Paulo Bernardes, *Spitzberg Glacier*, Norway, 2013



Foto di Overview.com, *Andean Mountain Vineyards*, Cile



Campagna di Westsport, "Hiking boots, Walking shoes", India, 2009.

Da sempre il territorio bergamasco si è differenziato per la sua tradizione imprenditoriale e per la sua cultura del lavoro, divenuti con il tempo dei valori radicati all'interno della società, i quali hanno permesso di creare un'identità e un tessuto sociale molto forte, in grado di unire i suoi abitanti costruendo una comunità che opera in un'ottica di associazionismo, volontariato e aggregazione in vari ambiti. Qui il lavoro non è solo economia, ma è soprattutto identità e cultura, due aspetti che arricchiscono un territorio all'interno del quale l'impegno e la dedizione del cittadino bergamasco fanno sì che la Bergamasca abbia raggiunto il livello di sviluppo con il quale la riconosciamo oggi e che non smetta mai di evolvere. Questo impegno costante permette anche di creare nuovi posti di lavoro ed iniziative volte all'integrazione di gruppi più deboli e svantaggiati, come i tanti giovani alla ricerca di una posizione lavorativa, consentendo loro, nella maggior parte dei casi, un inserimento in tempi brevi nel mondo del lavoro, nonostante l'odierna crisi. Tale *forma mentis* ed il conseguente *modus operandi* sono stati tramandati di generazione in generazione, radicandosi così in quella che oggi possiamo definire come la cultura del lavoro nella Bergamasca. Cospicui sono dunque gli investimenti nel settore lavorativo, ma anche in quello sociale e territoriale, con il fine di formare giovani e non e di trasmettere loro competenze in grado di portare a proficue innovazioni.¹⁵

Le connessioni geografiche e il solido sistema imprenditoriale sono due punti chiave che hanno consentito anche lo sviluppo di un sistema economico locale di rilievo all'interno del Paese e dell'Unione Europea, grazie all'andamento demografico costante e all'alto tasso di occupazione nel settore terziario, di fondamentale importanza.¹⁶

Questi tratti caratterizzanti del territorio bergamasco hanno portato anche ad uno sviluppo in ambiti di più ampio respiro, come quello culturale: non a caso, Bergamo, insieme a Brescia, ha assunto il ruolo di Capitale italiana della Cultura per il 2023, grazie al suo impegno verso la valorizzazione, la promozione e la preservazione del suo patrimonio culturale ed artistico, in ragione della presenza sul territorio di varie risorse in tal senso, come lo storico borgo di Città Alta, i molti e vari musei, le mostre d'arte, i monasteri e le chiese, i castelli e gli antichi paesi storici in cui sono stati rinvenuti resti archeologici e fossili.

Il territorio della Bergamasca dispone anche di una vasta offerta in termini di turismo con la possibilità di visitare località montane, lacustri, termali e luoghi situati nella pianura, grazie ai quali si registra una costante domanda turistica, con conseguenti ricavi e nuovi investimenti.¹⁷

¹⁶ Camera di commercio di Bergamo, "Il territorio di Bergamo"

¹⁷ Calvo F., "A Bergamo turismo record nel 2023, effetto Capitale della cultura: +30%", *Bergamo News*, 08/12/2023



Foto di Bernhard Edmaier, Zagros Mountains, 2017



Foto di Lac, Nazca Lines: Lines and Geoglyphs of Nasca and Palpa
(Peru), 2018



Foto di Bernhard Edmaier, USA, 2018

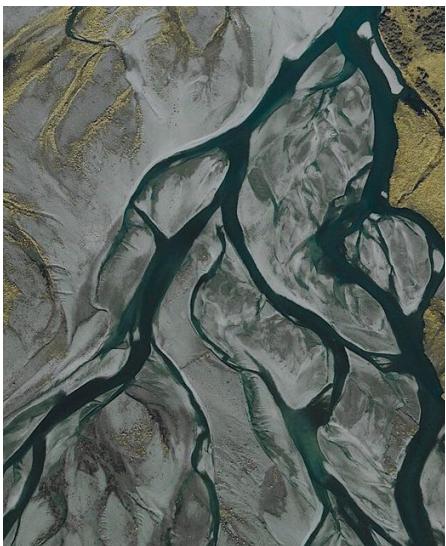


Foto di Reddit.com, *Lake Tekapo*, New Zealand, 2017



Foto di Bernhard Edmaier, *Summer in the Lena Delta*, Northeast Siberia, 2017

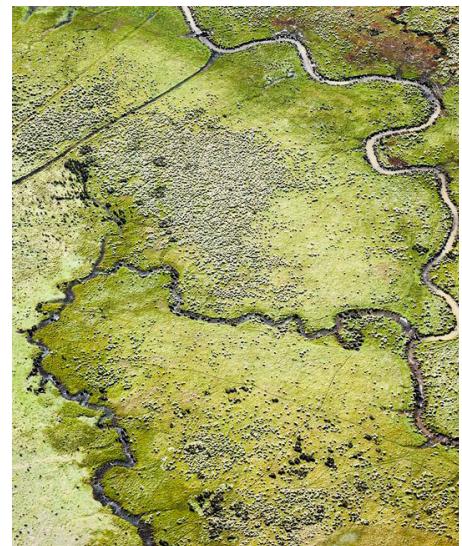


Foto di Tim Allen, *Terra Firma* 3/13, 2013

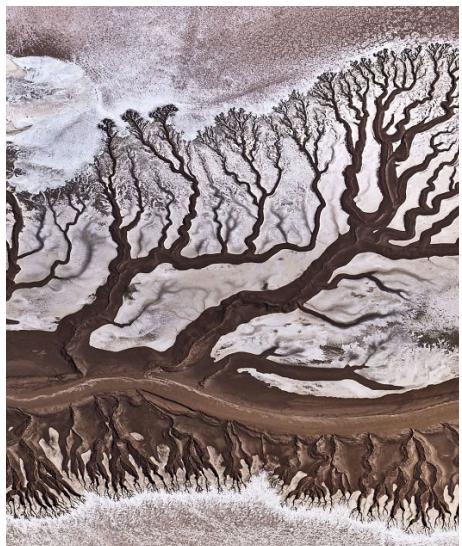


Foto di Stas Bartnikas, concorso "Travel Photo Contest" del National Geographic, 2019



Capturing Something Different: Abstract Aerial Art Creates Amazing Images of the Earth's Texture by Ty Poland, 2017



Foto di UpOnWalls, The Overview Collection, Lake Mead

2.2 La produzione tessile nella Bergamasca

Grazie al solido sistema produttivo, alla forte cultura del lavoro e alle connessioni geografiche, si sono sviluppate, fin dai tempi più lontani, numerose aziende artigiane, le quali ad oggi rappresentano il trentasei per cento circa del totale delle imprese produttive che si trovano nel territorio bergamasco.¹⁸

L'artigianato ha da sempre avuto un ruolo fondamentale e in base alla zona, grazie alle caratteristiche territoriali e culturali, si svilupparono varie produzioni, tra cui quelle della seta e della lana, con la conseguente costruzione di edifici destinati all'attività tessile.

L'allevamento dei bachi da seta per la produzione dei bozzoli da cui ricavare il filo di seta portò allo sviluppo dell'industria serica e di due delle principali attività, quelle di filatura e di tessitura, sviluppatesi in gran parte del territorio bergamasco. Inizialmente la seta veniva lavorata a mano, fino a quando, nel Seicento, arrivò il primo filatoio idraulico il quale aumentò la produzione e la commercializzazione, in particolare con i Veneziani, i quali acquistavano soprattutto sete, bozzoli e velluti, con una conseguente crescita dell'attività serica bergamasca; iniziò così ad esserci richiesta di lavoratori anche da Milano e da Paesi esteri. Proprio dall'estero si iniziarono ad importare nel Settecento sete grezze e lane, che venivano lavorate e trasformate nel prodotto finito da esportare, ad esempio in Inghilterra e in Francia. Con il passare del tempo il lavoro e la qualità delle lane e delle sete bergamasche aumentavano e i lavoratori cercavano di emulare le più pregiate esistenti, come quelle orientali. Si contavano centinaia di filatoi e migliaia di operai, ma intorno alla fine del Settecento si iniziò a registrare un calo dell'attività serica e della produzione di lana; questo calo fu dovuto sia alla concorrenza estera sia alla diminuzione della pastorizia di pecore ed agnelli, causato dall'aumento dei prezzi del fieno e dalla nascente filatura di lino e canapa, che si sviluppò nel nord di Bergamo.¹⁹

18 Camera di commercio di Bergamo, "Il territorio di Bergamo"

19 Tognazzi C., (2023), *Il territorio di Bergamo: Storia, geografia, arte, attività, strade*



Scopinatura dei bozzoli di seta, Wordpress.com



Filandaie Recanatesi, ilcittadinodirecanati.it



Sciopero delle filandaie del 1901, Museo delle filande e del baco da seta, ilcittadinodirecanati.it

La diffusione di fabbriche in tutta la provincia continuò nonostante i periodi di declino: ad esempio intorno agli anni Settanta dell'Ottocento nacquero importanti industrie tessili, tra le quali la fabbrica di Cristoforo Crespi, costruita a Crespi d'Adda, uno dei più antichi villaggi operai pensato per la vita quotidiana del lavoratore, con abitazioni e strutture per il suo tempo libero, il "Cotonificio Val Seriana" a Cene e "l'Honnegger-Spoerry" ad Albino.

Il settore tessile bergamasco ha sicuramente visto periodi di declino, ma non ha mai smesso di esistere, nemmeno con l'arrivo della globalizzazione – intorno agli anni Duemila, in cui si temeva la fine di questa lunga tradizione con l'annullamento dell'Accordo Multifibre nel 2005, il quale azzerò i dazi doganali e favorì, di conseguenza, l'importazione di prodotti dall'estero a prezzi nettamente inferiori rispetto a quelli locali, con la concorrenza cinese o la recente pandemia.²⁰



A mill girl in a spooling room, knittingparadise.com



Villaggio Crespi d'Adda, villaggiocrespi.it



Filanda a Villa d'Adda, wordpress.com



Lana di pecora, designknit.it

Varie aziende, invece, sono riuscite a superare la crisi e a rilanciarsi ampliandosi sul mercato, offrendo nuovi servizi e mantenendo l'intera filiera produttiva sotto la propria gestione, così da diffondere il prodotto italiano in tutto il mondo; alcuni esempi ne sono il Gruppo Albini, la Carvico, la Perofil, la Martinelli Ginetto, solide aziende ad oggi molto attive.²¹

Oltre alle fabbriche di filatura e tessitura, ci sono anche aziende che si occupano esclusivamente di tintoria e *brand* di moda che presentano collezioni. Attualmente vari componenti del settore tessile bergamasco lavorano adottando un'ottica di sostenibilità e di cura del territorio in cui operano, continuando a fare ricerca ed introducendo innovazioni per la produzione, sempre a tutela dell'ambiente.²²



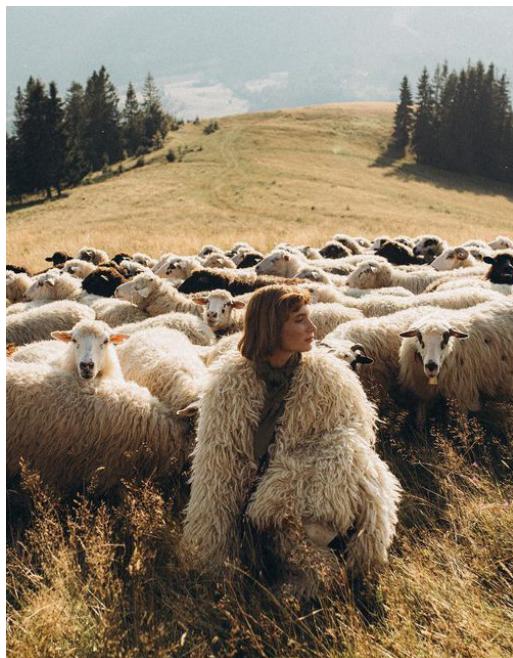
Farm Women Spinning Wool Telemarken Norway, berufedieserwelt.de



Lana, wordpress.com

21 Gennari F., "Cosa resta del tessile bergamasco. Perché la grande storia non è finita"

22 Samotti L., "Il tessile bergamasco amico dell'ambiente: va sostenuto comprando italiano", Bergamo News, 20/07/2021



Shooting di Polina Grebenik per OVERTHESEA, 2021



Natalia Vodianova fotografata da Jean Baptiste Mondino per Harper's Bazaar UK, 2014



Foto di Christopher Baker, lana di pecora



Lanificio Bottoli, sgaialand.it



Vecchio telaio di tessitura, freepik.com

3 LA PRODUZIONE E LA SOSTENIBILITÀ

3.1 La filiera produttiva: dallo sviluppo del prodotto moda al negozio

La produzione di un capo d'abbigliamento segue una filiera produttiva composta da più fasi, le quali in vari casi hanno visto, nel corso del tempo, l'ingresso di innovazioni legate alla tecnologia e alla sostenibilità, fino a farne aspetti fondanti e costituenti della progettazione stessa. Le innovazioni si presentano, infatti, fin dall'inizio della progettazione del prodotto, a partire dalla scelta dei materiali tessili da utilizzare, dalle tecniche di tessitura, di finissaggio, di stampa e di tintura, fondamentali per garantire un elevato livello di qualità.

Numerose aziende produttrici e numerosi *brand* di abbigliamento che operano nella Bergamasca hanno iniziato a lavorare seguendo questa direzione nella loro produzione, la quale segue delle fasi precise che a volte possono varare leggermente in base al *brand*. Innanzitutto l'ideatore della collezione, dopo aver ideato e disegnato i capi da realizzare, inizia a collaborare con i fornitori selezionati, conducendo uno studio attento e un'analisi meticolosa dei tessuti da utilizzare. Il *fashion designer* deve essere ben consapevole del fatto che non tutti i tessuti possono essere impiegati per ogni tipo di capo, ma possono presentare delle limitazioni a livello pratico e visivo.

Brand bergamaschi come Nei Miei Panni e Sophie Stique* – i quali verranno trattati più approfonditamente nelle pagine seguenti –, scelgono di utilizzare tessuti di origine naturale, perseguiendo un'idea di alta qualità e di sostenibilità, le quali necessitano dell'impiego di materiali che siano salutari per la persona che li indossa e per l'ambiente. I tessuti che i due *brand* prediligono sono la lana, la seta, il lino e il cotone, i quali, oltre ad essere di pregio, sono anche molto resistenti.²³

L'ideazione dei capi da realizzare si esprime at-

traverso degli schizzi realizzati a mano con foglio e matita, tecnica utilizzata ancora oggi in numerose realtà aziendali, oppure, tramite l'aiuto di un *computer*, con programmi di disegno vettoriale. Qui vengono rappresentate in modo essenziale le linee del capo, le sue cuciture ed i suoi dettagli mediante disegni tecnici, mentre per mostrare la *silhouette*, il volume e la rotondità si utilizzano disegni tridimensionali che poi si tramutano in figurini d'immagine, i quali rappresentano i capi su una figura: è a questo punto che si verifica se effettivamente l'abbinamento di tessuti e colori funziona, dunque si tratta di una vera e propria simulazione del prodotto finale.²⁴

23 Redaelli E., Rubertelli M., (2009), *Design del prodotto moda. Dal tessuto alla passerella*, Franco Angeli, Milano

24 Gibellini L., Tomasi C. B., Zupo M., (2012), *Il prodotto moda. Manuale di ideazione, progettazione e industrializzazione*, Clitt, Bologna

Knitwear fabric, Arts Thread



Seta di gelso, Etsy



Lino, IG @latapicera.cl



Seta, filo.it

I figurini selezionati vengono poi numerati ed inviati alla produzione, dopodiché si realizzano delle copie dei figurini da allegare alla scheda prodotto, la quale viene poi distribuita ai modellisti per la realizzazione dei cartamodelli e del prototipo. A questo punto, i modellisti, tramite l'utilizzo del manichino, provano i tessuti, verificano le *silhouette*, la vestibilità e, in caso di difetti da correggere effettuano le necessarie modifiche. Una volta terminata questa procedura, il lavoro arriva in sartoria, dove i sarti realizzano a mano le rifiniture e i bordi, applicano eventuali bottoni e simili, spesso anche tramite l'ausilio di macchine da cucire industriali, per garantire una maggiore precisione. Avere dei sarti esperti che lavorano alla realizzazione dei propri capi è fondamentale, in quanto essi sono in grado di conferire l'unicità e la qualità che contraddistinguono i prodotti artigianali.

Verso la fine della fase produttiva, si tiene la prima prova dei capi: l'ideatore della collezione verifica se gli schizzi sono stati interpretati nel modo corretto e se il risultato raggiunge le aspettative. Infine i capi vengono adattati dalla taglia *standard* alle diverse taglie richieste per la vendita.

Una volta che i capi sono pronti si effettua un'analisi dei costi di produzione e di confezione, nonché del tessuto utilizzato e di eventuali accessori per stabilire il prezzo di vendita; tale analisi viene condotta alla luce del *budget* di vendita, che ciascuna azienda deve rispettare per recuperare i costi di produzione e di gestione.

I capi vengono consegnati al *brand* da cui sono stati richiesti per essere venduti in negozio o *online* in base ai canali di vendita, oppure presentati in *show-room* o in sfilata, ciò dipende dalle dimensioni e delle possibilità economiche del *brand*, dalle quali dipendono anche le azioni di comunicazione che si attuano per promuovere la collezione.

Questo specifico processo di sviluppo e realizzazione del prodotto si contraddistingue per il *savoir-faire* di alta sartorialità riconosciuto in tutto il mondo: valore fondante è proprio la volontà di tramandare il *know-how* di generazione in generazione, affinché la conoscenza di particolari tecniche non vada perduta nel tempo e, anzi, si arricchisca sempre di più.²⁵

3.2 Le tecniche produttive sostenibili

Negli ultimi anni il tema della sostenibilità si è rivelato una questione particolarmente dibattuta, poiché esso rileva criticità ed individua necessità sempre più urgenti, in quanto l'inquinamento ambientale registra una crescita vertiginosa, causata anche e soprattutto dalle industrie, comprese quelle della moda. Per far fronte a questo problema, all'interno della filiera produttiva sono state introdotte, dalla ricerca delle materie prime fino alla distribuzione del prodotto finito, numerose innovazioni volte a ridurre l'impatto sulle persone e sull'ambiente²⁶; per esempio nel territorio di Bergamo, uno tra i più inquinati d'Europa, varie realtà aziendali hanno iniziato a perseguire questo orizzonte, adottando specifiche misure.²⁷



Tessuti in lino, etsy.com



Rotoli di tessuto riciclato, olgahenry.design



Tessuti in lino tinti in modo naturale, etsy.com

26 Rinaldi F. R., (2019), *Fashion Industry 2030: Reshaping the Future Through Sustainability and Responsible Innovation*, Bocconi University Press, Milano

27 Valesini S, "Brescia e Bergamo sono le due città europee in cui le polveri sottili uccidono di più", *Wired*, 21/01/2021



Tessuti deadstock,
recovo.co



Campioni di tessuti,
maekotessuti.com



Lino naturale,
kankla.cl

Per combattere lo sfruttamento delle risorse naturali utilizzate per la produzione delle materie prime, lo spreco dei tessuti avanzati e dei capi dismessi, si è iniziato a lavorare mediante i principi della moda circolare, basata sul riciclo, sulla rigenerazione e sulla riparazione, per donare una nuova vita ai prodotti. Vari *brand* Bergamaschi – e non solo – hanno iniziato a lavorare adottando questi principi, dunque prestando attenzione all'impiego di materiali sostenibili, prediligendo quelli locali, sui quali è anche possibile effettuare un controllo ed una tracciabilità della filiera, fondamentali per dare ai consumatori consapevolezza di ciò che stanno acquistando ed utilizzando. Si prediligono, ad esempio, fibre biologiche naturali, riciclate o ottenute da risorse rinnovabili, come il lino: questo prodotto tessile è anche una fibra vegetale innovativa e sostenibile, che si distingue tra le altre per le sue caratteristiche ecologiche ed etiche, infatti la sua coltivazione ha un impatto ambientale molto basso, dato che non necessita di irrigazione, di pesticidi o altri prodotti per la protezione, non produce scarti; ecco perché il lino è uno dei tessuti più scelti per produrre le collezioni, comprese quelle di alcuni *brand* del territorio di Bergamo.

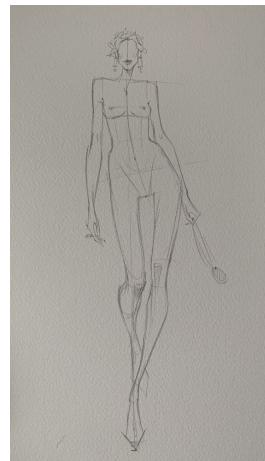
In termini di sostenibilità ambientale, gli scarti all'interno della filiera produttiva rappresentano uno dei maggiori punti critici, perché, se non vengono smaltiti correttamente, possono diventare un grande rischio di inquinamento per il territorio, perciò alcune aziende si impegnano a riciclare i tessuti avanzati o scartati, affinché vengano impiegati per realizzare nuovi prodotti. Tra le principali tecniche adottate in tal senso vi sono il *recycling*, l'*upcycling* ed il *downcycling*: il *recycling* è una pratica sostenibile che si attua al termine dell'utilizzo di un capo per evitare il suo smaltimento e donargli una nuova vita; si parla di *upcycling* quando il materiale riciclato è superiore in termini di funzionalità e di qualità rispetto a quello originale; se, invece, il materiale riciclato risulta essere inferiore a quello originale, secondo i medesimi parametri di cui prima, si parla di *downcycling*.

Sono sempre di più i *brand* che, durante la fase di ricerca delle materie prime da utilizzare per la produzione dei capi, scelgono di utilizzare i tessuti *deadstock*, ovvero rimanenze di materiali avanzati o invenduti di *stock* e di precedenti produzioni, i quali, se non venissero riutilizzati, finirebbero nelle discariche; tali *brand* operano, quindi, in una logica di riduzione, riuso e *recycling* delle risorse. Solitamente si tratta di tessuti di qualità, perché, essendo delle rimanenze, sono già stati sottoposti a controlli che ne garantiscono il pregio, ma un fattore importante è anche quello dell'unicità, in quanto il *re-stock* non è sempre possibile.²⁸

28 Rinaldi F. R., Testa S., (2013), *L'impresa moda responsabile. Integrare etica ed estetica nella filiera*, (2022), Egea, Milano



Tessuto di cotone biologico, maekotessuti.com



Figurino di moda, artsper.com

Queste pratiche portano ad adottare un metodo produttivo chiamato "*cradle-to-cradle*", che letteralmente significa "dalla culla alla culla": esso si basa su un'idea di circolarità del prodotto, il quale, una volta dismesso, non viene gettato in una discarica o incenerito, ma viene lavorato nuovamente, così gli si dà nuova vita riutilizzando i tessuti impiegati precedentemente. Chi idealizza un capo che segue queste direzioni mira a produrre un oggetto duraturo, riutilizzabile, riciclabile, riparabile e sicuro per la salute di chi lo indossa e per l'ambiente; egli, inoltre, si pone come ulteriore obiettivo di sensibilizzare gli acquirenti: fa loro comprendere la storia del capo, li esorta ad impegnarsi affinché esso duri nel tempo e li mette in condizioni di poterlo fare, progettando dei capi che possano essere facilmente riparati o, laddove ciò non fosse (più) possibile, riciclati.²⁹



Foto di Sophie Stique*, fase di progettazione della collezione



Cartamodello, IG @chinatextiletraders



Tessuti, IG @chinatextiletraders



Giacca con cuciture, Tumblr



Elementi di produzione, IG @muup_official



Fase di produzione capi, LinkedIn

3.3 Metodi di produzione dei brand Nei Miei Panni e Sophie Stique*

All'interno del territorio bergamasco ci sono vari *brand* di moda artigianale che lavorano seguendo un metodo produttivo specifico, prestando attenzione anche alla sostenibilità: tra questi sono stati presi in analisi Nei Miei Panni e Sophie Stique*. La scelta si deve al fatto che entrambi rappresentano due piccole realtà con due storie differenti ma una produzione simile, utile a comprendere al meglio le ragioni delle tecniche utilizzate ed il valore apportato al territorio.

NeiMieiPanni è un *brand* fondato e disegnato da Cristina Gamberoni, nasce come *blog* e successivamente inizia a produrre capi per bambino, fino ad arrivare a quelli per la donna. Esso si basa su una produzione esclusivamente artigianale, con principi sostenibili fin dal momento in cui la sua stilista sceglie i tessuti, la cui valutazione rappresenta una fase fondamentale, che caratterizza la qualità dei suoi capi: presso fornitori selezionati, Cristina Gamberoni tocca con mano i tessuti e ne fa un'accurata selezione alla luce delle caratteristiche esaminate. I tessuti in questione sono quasi esclusivamente *deadstock* e raramente nuovi, ciò si deve alla volontà programmatica di perseguire una linea di produzione che non comprometta il benessere del pianeta, contrastando sprechi ed inquinamento. La stilista bergamasca, infatti, non segue i ritmi dettati da un mercato troppo spesso viziato dal frenetico consumismo, ma decide di produrre con un'idea di moda lenta, dunque realizzando capi solo quando realmente ispirata. Le creazioni sono frutto della sua maestria e del *savoir-faire* delle sarte che si occupano della produzione – le quali in passato lavoravano per Daniela Gregis, stilista del noto omonimo *brand* bergamasco. Questa specifica competenza è un fattore determinante per la qualità del prodotto, in quanto esso si fa veicolo di trasmissione del *know-how* artigianale, il che gli conferisce un valore aggiunto.

Sophie Stique* è, invece, un *brand* a conduzione familiare che nasce dal *know-how* e dall'esperienza di Confezioni Iris, un laboratorio di taglio e confezione storico nato nel 1980 e che opera ancora oggi per importanti case di moda.³⁰

³⁰ Informazioni raccolte durante le interviste ai *brand* eseguite personalmente (vedi appendice)

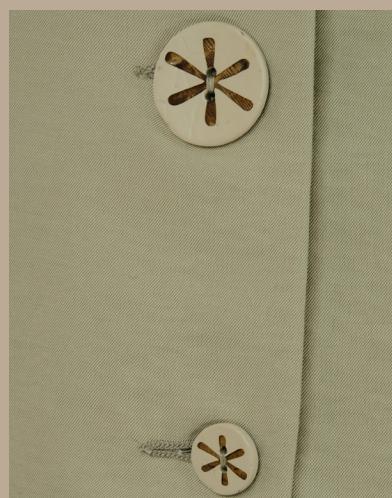
Anch'esso produce capi da donna lavorando in un'ottica sostenibile, etica e territoriale, ovvero basandosi sul riciclo, sull'utilizzo di materie prime naturali certificate e collaborando con fornitori locali. I suoi valori sono la qualità, la ricerca, la personalizzazione e la sostenibilità, tramite i quali il *brand* punta a creare un prodotto curato nei minimi dettagli, adatto a chi cerca un pezzo unico e ne comprende il valore. Le tecniche produttive utilizzate vengono preservate, tramandate nel corso delle generazioni e perfezionate grazie alle nuove tecnologie.

Ambedue i *brand* producono i loro capi in varie taglie e li personalizzano in base alla necessità e alla richiesta della cliente (la quale è mediamente una donna di età adulta con un'alta capacità di spesa) e anche in base alla disponibilità del tessuto, infatti, nel caso in cui quello scelto non fosse disponibile, alla cliente ne vengono proposti diversi altri ed il capo diventa così un pezzo realizzato in modo unico, ovvero appositamente per lei. L'idea di unicità è presente in quasi ogni aspetto della progettualità e produzione di questi due *brand*, per esempio le stampe vengono create in esclusiva, spesso disegnate in collaborazione con giovani artisti per dare vita a dei veri e propri capi artistici. Come Nei Miei Panni, Sophie Stique* non segue le tendenze ma produce in modo lento, con ritmi che non seguono i dettami del mercato ma sono decisi dal *brand* stesso, inoltre i fornitori e i collaboratori sono tutti situati poco distanti dall'*atelier*, così da contenere le emissioni di Co2, ottimizzare i tempi di produzione ed avere un maggiore controllo sulla stessa.

Talvolta è necessario, per ragioni varie, utilizzare dei tessuti con fibre sintetiche: in questo caso ci si assicura che tali fibre siano certificate "post-consumer", ovvero già utilizzate da un consumatore, inoltre vengono utilizzati anche tessuti d'archivio, sempre al fine di ridar loro nuova vita ed evitare così sprechi.³¹



Foto di Sophie Stique*



Significativo è anche il fatto che entrambi i *brand* si impegnino per far comprendere alle loro clienti il valore e la qualità che contengono i capi che vanno ad acquistare, sensibilizzando anche sul tema della sostenibilità incentivando al buon mantenimento del capo e al suo corretto smaltimento.

Uno dei principi fondamentali sul quale si basa la stilista Cristina Gamberoni di Nei Miei Panni è impegnarsi anche da un punto di vista etico, fissando delle corrette retribuzioni per le persone che si occupano della produzione, così da valorizzare concretamente quanti operano, con maestria e competenza, nel settore artigianale e, attraverso di loro, riconoscendo l'importanza del mestiere stesso, un riconoscimento reso ancor più significativo dal fatto che in tempi recenti esso rischi sempre più di estinguersi.

Questi *brand* decidono di produrre a Bergamo con una filiera produttiva racchiusa in questo territorio per dare un valore aggiunto ad esso.

La produzione è seguita con grande cura mediante delle particolari lavorazioni artigianali, come ad esempio alcune tipologie di cuciture. Le clienti comprendono l'importanza ed il valore intrinseco del capo, assumendo una maggiore consapevolezza di ciò che acquistano, dunque verso di loro c'è un'attenzione che fa la differenza. In linea con questo concetto di cura verso la cliente è anche la scelta dei materiali, infatti si opta per tessuti naturali, come il lino e la lana, che, oltre ad essere garanzia di qualità, sono salutari per la pelle. I tessuti utilizzati da Nei Miei Panni vengono selezionati dalla stilista presso i suoi fornitori, i quali offrono tessuti italiani e dell'alta moda, che essa sceglie con attenzione grazie alla conoscenza dei materiali maturata nel corso degli anni di formazione ed esperienza; da essi prendono vita le sue idee creative e nascono quelli che poi diventano i capi delle collezioni. Questi saranno infine venduti negli *atelier* e sui siti e-commerce dei *brand*.³²



Foto di Cristina Gamberoni, Nei Miei Panni





Foto di Cristina Gamberoni, Nei Miei Panni





Foto di Cristina Gamberoni, Nei Miei Panni

CONCLUSIONI

Gli argomenti trattati all'interno della tesi sottolineano l'importanza attribuita al mestiere dell'artigiano e all'artigianalità nel corso dei secoli fino ad arrivare ad oggi, con un *focus* su alcune azioni necessarie a preservarli nel tempo, al fine di salvaguardare il *savoir-faire*, che, sempre più sottovalutato e trascurato, rischia di andare perduto.

Per quanto concerne l'approfondimento pertinente la specificità del territorio bergamasco, da esso si evince come le sue caratteristiche morfologiche abbiano consentito e favorito la nascita e lo sviluppo delle fabbriche tessili, una produzione che si è evoluta tanto da contribuire significativamente a rendere il *savoir-faire* artigianale italiano rinomato a livello globale. Inoltre la forte cultura del lavoro radicata all'interno di questa zona ha permesso negli anni un grande sviluppo del settore tessile e la nascita di *brand* di abbigliamento contraddistinti da una produzione di tipo artigianale, come Nei Miei Panni e Sophie Stique*.

I due *brand* sono stati oggetto di una particolare analisi: essi, infatti, hanno rivelato caratteristiche significative riguardo l'argomento oggetto del presente elaborato, in particolare i criteri adottati nella scelta delle materie prime ed il metodo produttivo utilizzato, fondamenta della linea di pensiero che permea e guida la produzione dei due *brand*.

La conoscenza si rivela ancora una volta un valore fondamentale ed imprescindibile per tutti quanti sono coinvolti nelle diverse fasi della produzione: basti pensare alla manualità delle sarte che operano per mezzo di specifiche tecniche manuali, le quali sono spesso, come nel caso dei due *brand* esaminati, tramandate di generazione in generazione; possiamo affermare che le mani esperte di chi idea un capo sono preziose per selezionare un determinato tessuto piuttosto che un altro, con esse si percepisce la qualità, la quale fa la vera differenza del prodotto sul mercato. Sono queste competenze che permettono di produrre un capo differente dagli altri, il quale si definirà "di qualità" anche in ragione della storia che racchiude e che trasmette, un vero e proprio mondo di valori, di *savoir-faire* e di conoscenza unici.

Ad oggi la percentuale di consumatori che comprende la ricchezza umana di questo articolato ed affascinante mondo è ancora bassa ed è per questo motivo che gli argomenti trattati vogliono essere divulgati attraverso la creazione di un sito web che abbia lo scopo di valorizzare e promuovere il territorio bergamasco e la sua produzione di moda artigianale.

BIBLIOGRAFIA

Sennett R., (2008), *L'uomo artigiano*, Feltrinelli, Milano

Micelli S., (2011), *Futuro artigiano*, Marsilio Editori, Venezia

Morini E., (2017), *Storia della moda. XVIII-XXI secolo*, Skira, Milano

Tognazzi C., (2023), *Il territorio di Bergamo: Storia, geografia, arte, attività, strade*, Polibio Books, Bergamo

Redaelli E., Rubertelli M., (2009), *Design del prodotto moda. Dal tessuto alla passerella*, Franco Angeli, Milano

Gibellini L., Tomasi C., Zupo M., (2012), *Il prodotto moda. Manuale di ideazione, progettazione e industrializzazione*, Clitt, Bologna

Rinaldi F. R., (2019), *Fashion Industry 2030: Reshaping the Future Through Sustainability and Responsible Innovation*, Bocconi University Press, Milano

Rinaldi F. R., Testa S., (2013), *L'impresa moda responsabile. Integrare etica ed estetica nella filiera*, (2022), Egea, Milano

APPENDICE

INTERVISTA A CRISTINA GAMBERONI DI NEI MIEI PANNI

Quando è nato Nei Miei Panni, come lavora e quali sono i suoi valori?

«Nei Miei Panni è nato nel 2012 come *blog* e poco dopo è diventato un *brand* di moda artigianale, inizialmente per bambino e dal 2018 è stato introdotto l'abbigliamento per la donna.

La produzione si basa su piccole serie di capi, non produce in grandi quantità ed i prezzi sono bilanciati per pagare il lavoro che c'è dietro alla loro creazione, quindi l'idea non è di andare a sfruttare e aumentare la produzione per abbassare i prezzi ma le persone devono lavorare con un livello di retribuzione corretto. Quando ho iniziato pensavo che per me il vero valore sarebbe arrivato quando il mio lavoro avrebbe cominciato a darlo anche ad altre persone, inizialmente i capi li facevo io mentre ora non più, questo ha un impatto per me molto importante.

Il mio *brand* si fonda su altri due valori, la sostenibilità e la territorialità, tutto viene prodotto all'interno del territorio di Bergamo, all'inizio della Val Seriana, in modo tale da dare un valore aggiunto con una produzione di qualità eseguita in modo curato.

Le mie clienti all'inizio non sapevano cosa volesse dire girare un capo e vedere al suo interno una cucitura all'inglese, questo vuol dire che se ti rimbocchi le maniche non hai la taglia cuci tranne dove è indispensabile ed ora esse sanno il significato di ciò. È un'educare ad un acquisto più consapevole che crea il valore intrinseco del capo.

Voglio creare una clientela che capisca ciò, la differenza tra acquistare un prodotto creato in questo modo rispetto ad un capo *fast fashion*, è molto importante.

Inoltre lavoro dando una particolare attenzione alle mie clienti in quanto non siamo tutte uguali dal punto di vista della corporatura e per questo su di esse faccio indossare i capi come prova per capire eventuali modifiche da apportare in modo da far calzare il capo in modo perfetto, questo perché non produco su misura, ho i miei modelli».

Quali materiali vengono utilizzati per la produzione dei capi e da dove provengono?

«Siccome ho iniziato producendo capi per bambini tutti i materiali sono naturali a parte il tessuto elasticizzato che ha per forza un pò di *elastan*, il resto sono il cotone, il lino che è il mio tessuto preferito e la lana. Non sperimento molto con materiali come il poliestere perché ci tengo al vestire con tessuti che fanno bene alla pelle di chi li indossa.

Uno dei miei fornitori è Albini, un cotonificio rinomato che ha anche delle linee certificate e da lì prendo i tessuti *deadstock* in quanto sono all'interno dei loro clienti che hanno accesso a ciò. Posso acquistare per esempio trenta metri di tessuto, non di più perché ad oggi non acquisto ancora grandissime quantità per fare una grossa produzione, però quando ce n'è uno che mi piace o è uno tra i miei basici ne acquisto anche parecchio. Acquisto anche da un altro fornitore *stocckista* il quale tiene tessuti dell'alta moda ed italiani che seleziono attentamente. Solitamente trovo dei tessuti che non sempre posso ritrovare dopo mesi perché a volte sono finali di pezza. Una cosa fondamentale è il saper scegliere e negli anni ho imparato a farmi le mani e a capire la qualità dei tessuti, creando rapporti con i venditori».

Quindi utilizza per la maggior parte materiali provenienti da *deadstock*, non totalmente nuovi?

«Sì, la maggior parte dei tessuti che utilizzo per creare le mie collezioni sono *deadstock*, non provenienti da nuovo».

Da quanti capi è composta solitamente una sua collezione?

«Solitamente le mie collezioni sono composte dai venti ai trenta modelli, non tutti nuovi, tra questi ce ne sono in ogni collezione circa quattro. Alcuni modelli vengono abbandonati, altri entrano, magari anche solo con piccole variazioni di colore».

Com'è organizzata la filiera produttiva e quali sono i suoi step?

«Alla nascita del *brand* mi occupavo di tutte le fasi della filiera produttiva personalmente ma poi nel corso degli anni ho deciso di dividere i vari compiti.

Oggi ho una serie di modelli che si ripetono tutte le stagioni e tutti gli anni, ho capi che produco ormai da dieci anni e la forma è sempre la stessa ma cambiano solo i tessuti. Ho dei modelli che sono la mia base e in ogni collezione inserisco dei modelli nuovi e ne tolgo per non renderla troppo ampia anche per una questione di costi da tenere sotto controllo, si fa un bilanciamento.

Per creare una collezione parto dalla scelta dei materiali, prendo dei tessuti e li metto insieme dal punto di vista della *texture* e dei colori. Per i colori ho delle cartelle di partenza e da qui inizio a creare. Fondamentalmente alla base c'è un tessuto guida da cui si genera la scelta di tutto il resto. Ho tre/quattro linee di colore, tengo sempre il blu, il grigio, il bianco e il nero, colori base sempre presenti e massimo altri due nuovi.

Dopodiché inizio ad abbinare i miei modelli base ai tessuti che ho scelto o li seleziono anche sapendo già quello che voglio fare. Ci sono alcuni tessuti che mi parlano e con quelli faccio dei capi nuovi lasciandomi ispirare.

Poi faccio il piano di collezione, questo significa il piano di campionario, con i dati dei tessuti e i dati dei vari modelli, abbino e faccio in modo di avere sempre taglie miste, una XS, una S e così via.

Quando la cliente viene ad acquistare in *atelier* può scegliere il tessuto con il quale realizzare il modello che vuole e si fanno poi i vari aggiustamenti. Devo quindi avere un campionario fatto in modo intelligente con un mix di taglie perché l'obiettivo è la vendita.

Faccio questo piano di collezione nel tempo in cui la sartoria realizza tutto il campionario, ci vuole circa un mese/un mese e mezzo. Nel frattempo in questo tempo creo modelli nuovi, in genere parto dall'immaginazione e disegno.

Con la modellista precedente realizzavo un modello fatto di carta e poi in tessuto cucito, non troppo preciso, successivamente lei mi diceva cosa fare per sistemerlo e arrivati ad un modello che andava bene facevo fare un prototipo dalla sartoria. Dopodiché lo prendeva la modellista e con una specie di *scanner* lo rilevava e lo sfidettava a *computer* per poi fare lo sviluppo delle taglie a seconda del capo.

Ora ho un laboratorio di sartoria con delle sarte che producono quello che porto dopo essere passato per le mani della modellista. Decidiamo insieme quali sono le finiture, i centimetri di cucitura e tutti gli altri dettagli.

Loro mi danno dei consigli e creano il capo prototipo. Una volta provato sulla modella, se va bene si fa lo sviluppo delle taglie e si crea il campionario.

Successivamente tengo una presentazione della collezione durante i giorni di apertura dell'*atelier* e anche in altri luoghi, come nel negozio "Oggetti" in Santa Caterina a Bergamo, in cui faccio degli eventi e prendo gli ordini in base alle richieste delle clienti. Parallelamente vendo anche in un negozio a San Candido dal 2016 circa. I miei capi oltre ad essere venduti in questo negozio vengono venduti in *atelier* ed *online*.

Quando esce la collezione ho una mia collaboratrice che si occupa del sito *web*, mentre io mi occupo personalmente della parte di fotografia in quanto ho esperienza fin da piccola.

Poi viene aggiornato il sito, qui le clienti acquistano, selezionano il modello, la taglia ed il tessuto.

Comunico sempre con le acquirenti e non capitano mai resi in quanto richiedo le misure e do indicazioni precise. L'*online* funziona bene anche se non ha dei grossi volumi, in linea con quella che è la clientela. I volumi maggiori ora sono quelli diretti, meno dal sito anche se l'*online* è in crescita.

Nel caso il capo dovesse tornare indietro si tiene nel campionario e si crea nuovamente. Faccio delle svendite ogni due/tre anni di cinque/sei giorni, raramente perché non voglio abituare la mia clientela a ciò, vendo l'inventario per fare cassa, sono guadagni immobilizzati».

Dove ha imparato queste tecniche artigianali di produzione?

«Le tecniche per produrre un capo le ho imparate nel tempo, da architetto ho sempre lavorato con le mani. Nel 2003 circa ho iniziato a farmi insegnare da una sarta, ho seguito dei corsi di sartoria e di modellistica e poi ho fatto uno *stage* da Capucci a Firenze, sulla materia, sulla forma e sull'architettura. Lì ho imparato molto».

Qual'è il suo target preciso?

«Il mio *target* è caratterizzato da donne dai quaranta ai sessant'anni circa, libere professioniste, avvocato, notaio, commercialista, persone con alta capacità di spesa che cercano qualcosa di diverso e amano il rapporto diretto con la persona che realizza i capi».

Produce ancora abbigliamento per bambini?

«Sull'*online* ci sono bambino e donna, per il bambino però non produco più modelli nuovi, ci sono solo capi *standard*, ho ancora delle richieste ma al momento ho un pò abbandonato ciò perché ha dei costi troppo alti ed è un pò latente. Per i negozi non li produrrei perché non riuscirei ad avere dei costi di produzione accettabile».

Qual'è un suo obiettivo futuro per il suo brand?

«La mia ambizione è abbassare un pò l'età del mio *target*, oltre ad ampliare la vendita in negozio e sul sito».

Per la comunicazione quali canali usa?

«Nasco come *blog* durante gli anni in cui si stava sviluppando, il quale mi ha poi portato ad avere delle clienti all'estero, per esempio in Francia. Mi hanno cominciato a chiedere dei capi e una giornalista di Bergamo mi ha fatta conoscere in zona mediante un'intervista.

Poi ho aperto una pagina *Facebook* e successivamente *Instagram* che mi piace molto in quanto è una comunicazione di immagini, mia passione.

Tenevo due comunicazioni diverse anche per i *target* e ora faccio un duplicato pubblicando gli stessi *post* su entrambi i *social*.

Nonostante il *target* le clienti arrivano maggiormente da *Instagram*.

Sono gestiti da me perché ho il mio modo di comunicare e infatti c'è molto di me dentro.

Pubblico molto durante l'uscita delle collezioni o in vista di eventi, ci sono poi periodi con meno pubblicazioni.

Faccio sempre *shooting* all'aperto in varie *location* come in Sicilia e in Puglia e collaboro da diversi anni con una fotografa francese, le mando i capi e lei fa degli *shooting* con le sue due figlie molto simili alle mie. Il risultato sono degli scatti in dialogo. Lei fa queste fotografie ad inizio stagione e poi io ne faccio altre in vacanza che seguono le sue».

INTERVISTA AL BRAND SOPHIE STIQUE*

Quando è nato Sophie Stique*, come lavora e quali sono i suoi valori?

«Sophie Stique* è un *brand* artigianale di abbigliamento da donna a conduzione familiare situato in provincia di Bergamo, nato nel 2016 dal laboratorio Confezioni Iris il quale lo ha acquisito dalla sua precedente proprietaria, grazie alla sua esperienza e al suo *savoir-faire*.

Il *brand* nasce per mettere in luce valori come la creatività, il lavoro manuale derivante da anni di esperienza, la sostenibilità e l'etica.

La filiera produttiva è situata all'interno del territorio bergamasco e concerne, oltre alla territorialità, l'utilizzo di materie prime naturali e certificate, operando in un'ottica di riciclo.

È un *brand* di fascia medio alta che presenta una collezione ampia con giacche, cappotti, *gilet*, camicie, bluse, gonne, pantaloni, abiti, tute ed alcuni accessori.

La nostra clientela è composta da persone che amano acquistare un prodotto di valore realizzato con qualità, curato nei minimi dettagli e composto da materiali naturali. Inoltre apprezzano il lavoro degli artigiani e le tecniche da essi utilizzate, le quali vengono preservate e perfezionate di generazione in generazione.

Il laboratorio di taglio e confezione dal quale nasce, esiste dal 1980, è ancora attivo tutt'oggi a Gorlago in provincia di Bergamo e produce per importanti *brand* di moda.

Inoltre non seguiamo le tendenze e non puntiamo a creare capi appariscenti ma discreti».

Qual'è il target del brand?

«Il nostro *brand* non si rivolge a donne di un'età precisa ma punta a soddisfare ogni tipo di donna e di ogni taglia, per questo produciamo taglie che vanno dalla 38 fino alla 50 e anche oltre, modificando il capo appositamente per le misure della persona che lo richiede realizzando così un capo unico e personalizzato».

Quante persone lavorano all'interno del brand e di cosa si occupano?

«Essendo un *brand* a conduzione familiare ogni membro della famiglia ha un ruolo: la titolare Anna si occupa della produzione, suo marito Enzo della contabilità e il figlio Marco dell'area commerciale».

Prestate molta attenzione all'aspetto della personalizzazione noto, confermate?

«Sì, se una cliente necessita di particolari modifiche le effettuiamo al capo, anche per quanto riguarda il tessuto da utilizzare per la sua realizzazione, per esempio nel caso non fosse più disponibile ne proponiamo altri da scegliere. In questi casi il capo che si andrà a realizzare sarà un pezzo unico».

Che tessuti utilizzate per produrre i capi e come li lavorate?

«Utilizziamo tessuti italiani e naturali, spesso li acquistiamo bianchi e li tingiamo in seguito con tinte scelte da noi. Anche per le stampe, esse vengono realizzate all'interno del laboratorio o in collaborazione con giovani artisti, i quali danno vita a dei veri e propri pezzi d'arte che seguono il valore di unicità del *brand*».

Perché avete così tanto a cuore la sostenibilità e l'artigianalità?

«Per noi sono due valori fondamentali, l'artigianalità è fondamentale per continuare a sostenere chi ancora lavora mediante queste tecniche, i quali sono sopravvissuti senza cadere nella delocalizzazione degli ultimi anni ma che hanno saputo resistere continuando a trasmettere queste preziose tecniche. Per creare i nostri accessori decidiamo anche di collaborare con degli artigiani del territorio.

Mentre per quanto riguarda la sostenibilità è per noi un aspetto fondamentale soprattutto ad oggi nei confronti dell'ambiente e anche delle persone, per questo cerchiamo di migliorare sempre di più questo aspetto all'interno della nostra produzione.

Per esempio per permettere ciò scegliamo di avere la tintoria e la stamperia vicine in modo tale da evitare inutili emissioni di Co2, esse sono entrambe certificate in quanto lavorano rispettando le normative europee sugli agenti chimici».

Potete approfondire meglio le materie prime che utilizzate?

«Utilizziamo materie prime italiane, naturali e certificate: REACH, OEKO-TEX, GOTS (*global organic textile standards*). Richiediamo sempre le certificazioni quando andiamo a selezionare i tessuti da utilizzare e nel caso contestessero fibre sintetiche riciclate è nostra premura assicurarci che siano certificate "post-consumer", ovvero già stati utilizzati dal consumatore. Spesso utilizziamo anche tessuti d'archivio lavorandoli nuovamente per donargli una nuova vita ed evitare sprechi che possono inquinare».