

TESSILE. L'imprenditore di Molvena è stato "special guest" alla rassegna di moda di Firenze

L'artigiano ha la stoffa del Pitti

Bonotto strega clienti e visitatori con i tessuti uniti agli alimenti

Cinzia Zuccon Morgani
FIRENZE

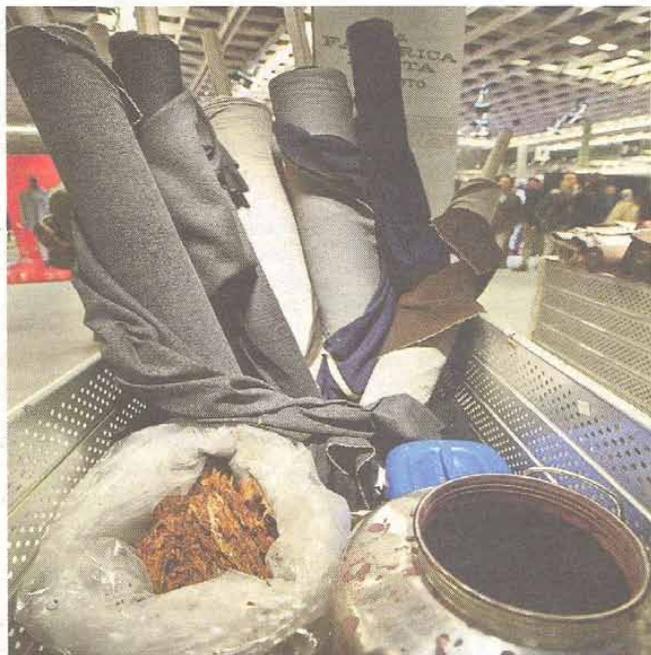
Aroma di caffè, effluvi di amaro, profumo di mirtillo. Non è la cucina di un prestigioso ristorante, ma il padiglione centrale di Pitti Immagine Uomo a Firenze dove da lunedì fino a domani è protagonista la 'Fabbrica Lenta' di Bonotto, l'azienda tessile di Molvena riferimento per case come Hermes, Vuitton, Armani, Prada. L'81esima edizione della più importante piattaforma internazionale della moda maschile ha riservato alla Bonotto il ruolo di 'special guest' e di apripista del progetto Italian Handscapes, un programma destinato a svilupparsi nelle prossime edizioni di Pitti Uomo e incentrato sul racconto della grande tradizione artigianale italiana, chiave di volta per nuovi scenari competitivi. Un contesto del quale il 'saper fare' con cura, con passione e con il giusto tempo della 'Fabbrica Lenta' è la traduzione più efficace.

In uno scenario globale dove la competizione ha omologato tutto la Bonotto per guardare avanti è letteralmente tornata indietro, recuperando vecchi telai, valorizzando il sapere degli artigiani del tessile e liberando la creatività che oggi si sposa con altri 'saper fare' della tradizione italiana, reinven-

ta il contemporaneo e diventa, in una parola, innovazione. A Firenze, come nelle caldaie della Fabbrica Lenta a Molvena bolle la lana delle pecore nere armenesi e si folla nel blu notte dei mirtilli che rimangono alla fine dei processi di lavorazione della marmellata Rigoni di Asiago. La flanella di guanaco andino si colora nell'Amarone Masi, il vello dello Yak tibetano si sposa al colore caldo del caffè Illy mentre la lana dei cammelli albi sembra caramellata dopo il trattamento nel cacao Domori e il pelo soffice delle lepri della Patagonia assume i sentori del tabacco kentucky dei sigari toscani.

La designer spagnola Patricia Urquiola ha davvero trasformato l'area Bonotto a Pitti Uomo in una sorta di cucina allestendo un grande tavolo con stoviglie ricoperte di preziose stoffe in uno spazio dove i macchinari dell'azienda si mescolano alle lane da lavorare tra sacchi di caffè, foglie di tabacco e bottiglie di amaro.

«Questo progetto ha l'effetto di uno choc su chi in questi giorni visita Pitti Uomo - spiega Giovanni Bonotto, direttore creativo dell'azienda di famiglia che oggi guida con il fratello Lorenzo -. È la prova che un settore dato per spacciato come il tessile è più che mai vivo, che la manifattura italiana



Il mix di alimenti e tessuti di Bonotto ha stregato il Pitti a Firenze

è viva. La realtà è che in Italia la manifattura ha una forza impressionante e la possibilità di restituirci una nuova visione del futuro; qui si sta facendo strada la convinzione che è possibile un nuovo modello di impresa».

Ma quanto interesse suscitano queste stoffe plurisensoriali? «Se potessi produrne in quantità avrei ordini all'infinito - aggiunge Bonotto -. Ma sono progetti che si inseriscono in equilibri della natura: i cammelli albi sono 700-800 al mondo, le pecore nere in genere vengono uccise, ho convinto gli allevatori a crescerne un centinaio per me, per la lepre

della Patagonia c'è invece un accordo con il governo argentino: i forestali le pettinano e le rimettono in libertà, ho lavorato 32 chili della loro lanugine». Questo è, alla fine, essere 'glocal': non farsi fagocitare dai ritmi e dai costi al ribasso imposti dalla globalizzazione, ma guardare al mondo per scoprire nuove opportunità, elaborarle attraverso la tradizione e inventare e farne oggetto di desiderio perché, come ama ripetere Bonotto, «L'ultima chance della manifattura italiana è far diventare i nuovi ricchi del mondo i primi clienti della nostra cultura».