Il Filo d'Oro

RESILIENZA DELLA FILIERA LA FORZA DI ESSERE TEAM

La pandemia vuole tempi stringenti di consegna e qualità tracciabile

A fronte di una crisi inaspettata, lavorare in squadra è un'àncora di salvezza. Lo sanno bene le aziende che nel 2013 hanno dato vita al progetto Il Filo d'Oro: oggi i protagonisti di quella filiera tessile si ritrovano a combattere le ripercussioni economiche del Covid-19, certi di superare la burrasca puntando sulla qualità e sulla massima trasparenza. Il Filo d'Oro è stato fondato da cinque imprenditori - i comaschi Graziano Brenna, Ambrogio Taborelli e Sandro Tessuto, il pratese Andrea Belli e il trevigiano Andrea Ongetta - ai quali si è aggiunta la famiglia Crosa, titolare della Tessilbiella.

«In questi mesi - spiega Brenna - cerchiamo di tenere la barca dritta. Le difficoltà e il calo della produzione si fanno sentire per tutti, sia nella parte tintoriale sia per i nostri soci che operano sul mercato. Certo essere una filiera aiuta: gli ordini comunque arrivano e i clienti chiedono tempi di consegna stringenti. Avere una squadra che può gestire tutto internamente, dal filato di seta fino alla soglia del capo confezionato, consente di dare risposte tempestive». La pandemia impone di adattarsi a nuove esigenze. «Chi opera nel commerciale - dice Brenna - presenta le collezioni anche online, oppure spedisce i campioni per posta. Il problema è che anche i brand di alta fascia stanno cercando di tagliare i corsi e guardano verso mercati più economici, i prodotti Made in Italy hanno dei costi di produzione che sono inevitabilmente superiori». La sfida, in ogni caso, è continuare a investire sulla qualità. Una qualità che va fatta conoscere al consumatore finale. «Abbiamo lanciato il progetto Etic - spiega l'imprenditore Andrea Taborelli - un acronimo che sta per European Textile Identity Card. L'idea è mutuata dal settore alimentare, molto attento alla tracciabilità del prodotto: si tratta di indicare chiaramente dove sono stati effettuati i quattro passaggi chiave della produzione (filatura, tessitura, nobilitazione e confezione)». Non è giusto che il cliente finale si ritrovi con un'etichetta "Made in Italy" se in Italia sono stati attaccati solo gli ultimi bottoni, mentre i tessuti arrivano dalla Cina piuttosto che dalla Turchia.

«Ci ho pensato molto in questi mesi - dice Taborelli - vedendo tanti politici che indossano orgogliosi le mascherine con la bandiera italiana: quante di quelle mascherine saranno state effettivamente prodotte qui? Sulle etichette dei nostri prodotti viene riportato ogni passaggio: in questo modo il cliente è certo di aver acquistato vero Made in Italy». Da parte di Brenna arriva infine un appello a tutti i protagonisti del settore, dalle scuole di formazione alle associazioni di categoria: «Dobbiamo rimboccarci le mani tutti insieme, torniamo all'epoca in cui le industrie del nostro territorio hanno saputo guardare con lungimiranza al futuro ponendo le basi per un distretto tessile d'eccellenza».

Luca Meneghel

L'attività professionale, nella filiera del Filo d'Oro, è improntata nel dopo Covid ad una forma di cooperazione ancora più virtuosa. **(Fotoservizio Andrea Butti)**

Resilience of the supply chain: the power of teamworking

Translation by Andrea Matilda Grazi

When faced with an unexpected crisis, teamwork is a business's lifeline. This is nothing new to the companies that gave birth to the Il Filo d'Oro project back in 2013. Today, the protagonists of this supply chain are finding themselves battling the economic repercussions of COVID-19, confident that they will weather the storm by offering top quality and maximum transparency. Originally founded by five entrepreneurs – Graziano Brenna, Ambrogio Taborelli and Sandro Tessuto from Como, Andrea Belli from Prato and Andrea Ongetta from Treviso – Il Filo d'Oro now comprises also the Crosa family, the owners of Tessilbiella. 'For the past few months,' explains Brenna, 'we've been trying to keep the ship on course. Everyone – from the dyeing sector down to our partners operating on the market – is starting to bear the brunt of the current difficulties and limited production capacity. Of course, being a supply chain does help: orders keep coming in, with customers demanding shorter delivery times. What is more, having a team that manages everything internally, from the silk yarn all the way down to the manufactured garment, enables us to timely meet our customers' requests.' The pandemic requires adapting to new needs. 'Sales people have gone online to present their collections or have been sending samples by mail,' says Brenna. 'High-end brands are also trying to cut costs and even starting to look at cheaper markets but, unfortunately, "Made in Italy" products are no doubt more expensive to manufacture.' The challenge lies in constant investment in quality. A perception of quality that we must not fail to convey to the customer. 'To this end, we have launched the ETIC project, explains entrepreneur Andrea Taborelli, 'an acronym that stands for European Textile Identity Card. The idea was borrowed from the food sector – traditionally committed to product traceability – and stems from the urgency to clearly identify where the four key manufacturing steps (spinning, weaving, ennobling and packaging) take place'. It is not fair for the end customer to be left with a "Made in Italy" label when fabrics come from China or Turkey and only the last few buttons are sewn in Italy.

'Having seen so many politicians wear patriotic Italian flag face masks, I have been giving the matter a lot of thought in the last few months,' explains Taborelli. 'How many of those masks have actually been manufactured here? Instead, the labels on our products do identify each production stage, so that customers can stay assured that they have purchased true 'Made in Italy' items.' On his part, Brenna makes an appeal to all the players in the sector, from vocational schools to professional associations, 'We all must roll up our sleeves and go back to the time when local companies looked to the future, laying the foundations for a textile district of excellence.'