esperienze

VITA 26 NOVEMBRE 2010

Edoardo Bennato: «Napoli è una polveriera, ma non potrei vivere altrove»
Il racconto di **Luca Doninelli**: Certi giorni le pietre vivono

Ci vuole stoffa

Ha imparato i trucchi del mestiere da Versace, e ha dato vita al primo caso di "maison solidale". Un modello di business con le carte in regola per competere nel mercato dell'alta moda. Il segreto di Vincenzo Linarello e del brand **Cangiari**? Opporre alla potenza globale delle grandi griffe la secolare cultura del telaio e le nenie delle tessitrici della Locride

Vincenzo Linarello

“L’alta moda racconta le trame della mia terra”

di **Stefano Arduini**

DUEMILAOTTANTANOVE CHILOMETRI separano la Locride, il cuore del far west calabrese, da Parigi, la città vetrina per antonomasia. Ma molta di più è la distanza che passa fra un giovane cooperatore nato e cresciuto a Gioiosa Jonica e il “Salone 1618”, la fiera del lusso sostenibile organizzata nella capitale transalpina. Tutto questo sulla carta. Perché nell’ultimo anno per Vincenzo Linarello, presidente quarantenne del consorzio di cooperative sociali Goel, gli spazi fisici, e non solo quelli, contano sempre di meno.

L’incontro è fissato in via Montesanto 10, a Milano. Dal 17 novembre, in questo edificio giusto alle spalle del quartiere della moda e a poche centinaia di metri dalle discoteche di corso Como, sorge lo showroom Spazio Cangiari.

Un cappello sotto cui convivono lavorazioni artigianali, tessuti biologici, una filiera produttiva interamente cooperativa. Ma Cangiari è soprattutto un’altra cosa: è un progetto d’impresa, ancora minuto e imperfetto, ma che in questi primi mesi di lancio ha dimostrato di saper stare sul mercato e di sapersi fare buoni amici. Il calabrese Santo Versace, prima di tutti.

Linarello, partiamo dall’idea: come vi è saltato in mente di buttarvi nella moda? E per di più nel segmento più elitario che ci sia?

Primo, per dare un futuro occupazionale a due esperienze che avevamo in pancia: una cooperativa di donne ancora capaci di lavorare al telaio artigianale e un’altra cooperativa che si occupa di confezionamento tessile. Entrambe le realtà stavano vivendo un momento molto delicato, dovuto alla fortissima riduzione di commesse proveniente da marchi come Benetton e Stefanel, che hanno spostato le produzioni nell’Est Europa. Avevamo in mano però un formidabile jolly: negli ultimi dieci anni le cinque tessitrici della cooperativa sociale Aracne, armate di registratore, hanno raccolto le nenie e le cantilene delle vecchie e analfabete magistre dei nostri borghi. Le uniche capaci di programmare il telaio, un’operazione che dura cinque giorni e determina il disegno del tessuto. Oggi abbiamo l’audioteca più fornita della Calabria. Non solo. Quelle cantilene sono state tradotte in matrici di programmazione dei telai. Per farla breve, a Gerace abbiamo ricostruito un mini opificio con sei telai sul modello calabrese del 1920. Nessun altro ha nulla di simile.

La seconda ragione?

Il nostro patto associativo ci impone di impegnarci affinché le nostre attività contribuiscano davvero a cambiare il volto della Calabria.

Molto romantico, ma cosa c’entra il lusso?

Fino a ieri l’unico mercato che avevamo era quello dei corredi matrimoniali. Andando avanti così avremmo chiuso baracca in pochi mesi. Anche perché per lavorare un metro di stoffa in quella maniera servono sei ore di lavoro: solo per i costi di produzione, un metro della nostra tela vale 120 euro. L’unica via d’uscita erano i capi di lusso, pezzi da mille euro, per intenderci. Fra l’altro questo segmento ben si conciliava con la nostra capacità produttiva, che non supera i 12 metri di tessuto al giorno. Poi è arrivato Versace.

Come lo avete intercettato?

Leggendo una sua intervista proprio su *Vita*, in cui affermava di volersi impegnare per la sua terra. La sua figura è stata cruciale, perché ci ha accreditati in un mondo che non conoscevamo. Ci ha messo in contatto, per esempio, con i giovani stilisti calabresi con cui disegniamo i nostri modelli.

Parliamo di soldi. Quanto è costato lo start up?

È difficile dirlo. Una grossa mano ci è arrivata dalla Fondazione Vodafone con un contributo di 250mila euro. Ma molta della strumentazione ci è arrivata gratis o a prezzi scontatissimi. La Yuki, per esempio, ci ha venduto le macchine tessili a prezzo di fabbrica. In questo modo siamo riusciti a conciliare la massima tecnologia con la massima artigianalità. La filiera funziona così: le sei tessitrici di Gerace mandano le stoffe allo stabilimento di Marina di Gioiosa, dove altre cinque persone - l’obiettivo è arrivare a 30 - confezionano i vestiti. Quanto a questo show room, è un bene confiscato alla mafia.

In questo meccanismo c’è stato qualcosa che non ha funzionato?

L’errore più grosso è stata la sfilata che a febbraio abbiamo fatto a Milano. Non eravamo pronti. Il nostro marchio era debolissimo, non ci conosceva nessuno. Così abbiamo deciso di fermarci, di farci pubblicità, di investire in immagine. Abbiamo coinvolto due big del settore come Marina Spadafora, una delle più note stiliste italiane, e Anna Barbara, la nostra nuova direttrice creativa. L’altro grande rischio era l’esposizione finanziaria. Dentro Goel si stavano addensando troppe cose. Così abbiamo deciso di creare una rete di società di scopo, partecipate da Goel, ma allargate anche ad altri soggetti. Prime fra tutte proprio Spadafora e Barbara.

Vincenzo Linarello con Mario Boselli, presidente della Camera nazionale della moda italiana

Qual è stato il vostro vero punto di forza?

Senza la nostra attitudine a fare rete non avremmo realizzato nulla. L’altro punto di forza è stato invece la debolezza dei nostri competitor. Oggi nessun marchio di moda è in grado di tenere in house l’intera filiera produttiva. Questo implica una mancanza di flessibilità. Noi invece non abbiamo problemi a fare tirature limitate. Chi conosce questo mercato sa che ancora oggi si registrano mostruose flessioni nelle vendite. Su questo punto noi stiamo dimostrando una reattività che altri non possono avere.

La prima sfilata di Milano è stata un boomerang. Allora perché a maggio siete andati a Parigi?

Per farci conoscere. I mercati del Nord Europa per noi saranno cruciali. Lì la certificazione bio e la filiera etica sono davvero un vantaggio competitivo. In Italia su questo fronte è molto più dura.

Come è cambiata la sua vita in questi mesi?

Non molto. Ero e rimango sposato, con i miei due bambini di 8 e 6 anni. Lo stipendio è sempre quello: sui 1.400/1.500 euro al mese. La crescita reale è quella del gruppo. In un anno il fatturato aggregato di Goel è cresciuto del 20% e ormai sfiora i 2 milioni di euro. In termini assoluti non è molto. Per la Calabria invece è tantissimo.

Prossimi obiettivi?

Da noi crescere è davvero complicato. Il primo problema è che mancano le professionalità, non ci sono le competenze. Da mesi stiamo cercando un direttore di produzione industriale. Non riusciamo a trovarlo. Convincere le persone a venire a vivere e lavorare in Locride è come scalare una montagna. Detto questo, non ci arrendiamo, anche perché ho un sogno da coronare.

A cosa si riferisce?

Quando ero piccolo nelle stradine dei nostri paesi risuonava il ticchettio dei telai, tante erano le donne che tessevano. Ecco, mi piacerebbe che grazie a Cangiari, magari strutturato in una rete di franchising, quella musica torni ad allietare le mie giornate. Non so se ce la faremo. Ma so che se non ce la facciamo noi, non ce la può fare nessun altro.

L’identikit

Vincenzo Linarello, quarantenne, sposato con due figli, è nato a Locri (Reggio Calabria) e cresciuto a Gioiosa Jonica, e da sempre è attivo a livello sociale nella "sua" Calabria. È stato responsabile della pastorale del lavoro della diocesi di Locri-Gerace, portavoce nazionale di Comunità Libere e, dal xxx, è il presidente del consorzio di cooperative sociali Goel. È l’anima del progetto Cangiari, un interessante mix di impegno sociale, valorizzazione del territorio e alta moda.

Il Consorzio e lo shopping

Come nasce. Il marchio di abbigliamento e accessori Cangiari è un brand nato all’interno del Consorzio sociale Goel, nato nel 2003 per riunire diverse imprese sociali della Locride e della Piana di Gioia Tauro (Reggio Calabria). Mission del consorzio: lavorare per il cambiamento della Calabria, dando sostegno alle attività che favoriscono il riscatto delle comunità locali. Il termine biblico "Goel" significa "colui che paga il prezzo del riscatto". Oggi il Consorzio Goel è una delle prime imprese private della Locride.

Dove si trovano i prodotti Cangiari. Per ammirare e acquistare i capi delle linee donna, uomo e casa l’indirizzo è viale Montesanto 10, a Milano; in uno stabile confiscato alla mafia è stato inaugurato da pochi giorni lo Spazio Cangiari. Molto attivo anche il canale di e-commerce: il marchio, infatti, sarà tra le grandi firme disponibili sul portale del fashion Yoox.com, oltre che sul sito dello shopping di lusso luisaviaroma.com.

Stefania Malapelle

Le magistre del telaio

"Sei ore di lavoro per un metro di stoffa"

Quando si toccano per la prima volta i tessuti di Cangiari è come sentire, attraverso il tatto, il peso e la fatica del lavoro delle donne davanti al telaio. Donne che grazie a quei gesti hanno riacquistano dignità per uscire dal buio. Donne colpite da disagio mentale o semplicemente escluse da percorsi di crescita ordinari. C'è chi, grazie al telaio, si è riappropriato della propria libertà, spesso negata da una famiglia autoritaria. C'è anche chi ha abbandonato il lavoro a causa di una schizofrenia destabilizzante.

Da mani di donne come queste scaturiscono stole di tessuti meravigliosi che rievocano vestiti custoditi in bauli di nonne e zie lontane. Motivi che riprendono trame greche e bizantine, ricami suntuosi, merletti leggeri come carta velina, frange lunghe e ondeggianti simili a canne di bambù che si scuotono sulla sabbia.

Niente formule industriali complicate: tutti i materiali utilizzati sono naturali. Cotone, lino e seta rigorosamente italiani e organici. Estremamente affascinante il tessuto di ginestra: da quest'arbusto nasce un tessuto straordinario, utilizzato anche per produrre tappeti, proprio come si faceva più di un secolo fa.

Cangiari ha recuperato e archiviato (le formule erano custodite solo nella tradizione orale) le conoscenze di contadine, incapaci di scrivere, ma attente conoscitrici di regole e gestualità che hanno permesso di far nascere da fibre vegetali tessuti di una resistenza e di una bellezza senza paragoni. Donne semplici, minute, senza ornamenti, dalla pelle liscia come pesca, spesso vestite di nero.

Come Concetta, la "magistra" che ha rivelato i segreti legati alla fase del rimettaggio, complicatissima, ma necessaria a inserire i fili (1.800 circa) all'interno dei licci del telaio. Tutto a titolo gratuito, impossibile quantificare il valore di questo pezzo di storia che la donna custodiva gelosamente da anni. Come difficile è stato tradurre quelle canzoni scandite a ritmo di pedale.

Pina Macrì, presidente di una delle cooperative che produce i tessuti per gli abiti, le ha inserite in una sorta di pentagramma, un sistema semplice e chiaro per salvarle dall'oblio. Da donne come queste, spesso derise e chinate per ore sul telaio, nasce la tradizione Cangiari. Donne che dovevano badare alla prole, alla cucina e alla terra. Donne che conoscevano bene il significato di concentrazione, disciplina e pazienza senza avere mai preso un libro in mano. Donne di ieri e donne di oggi si mescolano per realizzare capi senza imperfezioni: sei ore di lavoro per produrre un metro di stoffa, che al tocco fa sentire tutta la sua magnificenza: bella, pesante, grezza e pura. Lusso e bellezza possono servire anche a riscattare delle vite, di donne. E a essere un modello di sviluppo contro mafie, corruzione e disoccupazione di turno.

[Roberta Vocaturo]

tu

Cosa puoi fare

La bagarre dei regali natalizi sta per iniziare. Un'ottima occasione per fare, quest'anno, una spesa consapevole, e scegliere come dono un prodotto all'interno del catalogo Cangiari. Un acquisto solidale e sostenibile, per chi non vuole rinunciare al lusso e alla qualità.

Un regalo "per lei"? La scelta è vastissima. Molto interessanti le pochette in stuoia di cotone con inserti in tessuti al telaio, disponibili in bianco e in nero (80 euro). Se volete puntare su un regalo più importante, invece, consigliamo l'abito in jersey nero, sempre arricchito da inserti al telaio (180 euro).

Un regalo "per lui"? Il ventaglio di scelte è più limitato, ma si va sul sicuro con la polo Cangiari, in cotone, colore grigio (182 euro). Se il vostro "lui" è invece un tipo stravagante, scegliete l'orologio da polso con cinturino in tessuto, disponibile in vari colori, con il quadrante che richiama le trame degli orditi Cangiari (80 euro).

Per un regalo "insieme", c'è la "linea casa". Il pezzo più gustoso è la lampada Cangiari in materiale di riciclo, complemento d'arredo indispensabile per ambienti dal gusto green (85 euro). Oppure, una vasta scelta di corredi, interamente tessuti a telaio artigianale (preventivo su richiesta).