



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI CAMERINO

SCUOLA DI ARCHITETTURA E DESIGN "E. VITTORIA"

CORSO DI LAUREA IN

DISEGNO INDUSTRIALE E AMBIENTALE

TITOLO DELLA TESI

Manifattura tessile e saperi artigianali tra tradizione e contemporaneità
- progetto grafico di una collana editoriale

Laureando/a
Nome... Di Rico Diego

Firma... *Di Rico Diego*

Relatore
Nome... Sardo Nicolò

Firma... *Nic Sardo*

Se presente eventuale Correlatore indicarne nominativo/i

ANNO ACCADEMICO

2024 / 2025

DOSSIER DI RICERCA



S A A D

Scuola di Ateneo

Architettura e Design "Eduardo Vittoria"

Università di Camerino

Università degli studi di Camerino
Scuola di Ateneo Architettura e Design "E. Vittoria"
Corso di Laurea in Disegno Industriale e Ambientale
A.A. 2024 / 2025

Progetto di tesi di laurea di Diego Di Rico
Relatore: Nicolò Sardo

Diego Di Rico

Manifattura tessile e saperi artigianali tra tradizione e contemporaneità

Progetto grafico di una collana editoriale

Indice

00	Abstract	7
01	Il tessile italiano: manifattura, territorio e innovazione	9
02	Artigianato, saperi e territorio: patrimonio culturale immateriale	39
03	Il progetto: Trame d'Italia	61
	Bibliografia e sitografia	88
	Ringraziamenti	





0.0 Abstract

Il progetto nasce con l'obiettivo di preservare e valorizzare le tradizioni e i saperi artigianali legati alla manifattura tessile, calzaturiera e degli accessori—uno dei settori portanti dell'industria del Made in Italy. Non si limita a documentare questi saperi, ma dimostra come essi siano parte integrante del DNA produttivo nazionale e come costituiscano ancora oggi la base per nuove realtà laboratoriali e aziendali che integrano tecniche tradizionali con tecnologie e strategie contemporanee.

Il progetto si concretizza in una collana editoriale che accompagna il lettore in un viaggio grafico e visivo attraverso le regioni italiane, alla riscoperta delle tradizioni e dei saperi peculiari di ogni distretto produttivo. Ogni volume si propone come strumento di conoscenza e valorizzazione, capace di restituire dignità ai mestieri artigianali e di tracciare le connessioni profonde tra territorio, identità culturale e capacità manifatturiera.

L'intento è quello di restituire valore e riconoscibilità al Made in Italy, mettendo al centro non solo l'eccellenza tecnica, ma anche nuove prospettive etiche, culturali e sociali. In un settore storicamente ad alto impatto ambientale, il progetto pone l'accento su approcci lenti, circolari e sostenibili, evidenziando come tradizione e innovazione possano dialogare per costruire un futuro più consapevole. La collana diventa così uno strumento di riflessione critica oltre che di celebrazione, invitando a ripensare i modelli produttivi e di consumo attraverso la riscoperta del valore dell'artigianalità.

1.0

**Il tessile italiano:
manifattura, territorio e
innovazione**

1.1

Manifattura tessile: origine e valenza storica

L'attività manifatturiera costituisce un sistema complesso che integra aspetti spaziali, economici e ambientali: dall'approvvigionamento delle risorse naturali alla loro trasformazione, fino alla distribuzione del prodotto finito.

La manifattura tessile, in particolare, affonda le proprie radici in un'esigenza primaria dell'uomo, la protezione dal freddo e dalle intemperie attraverso l'utilizzo di materiali alternativi alle pelli conciate.

Con la transizione verso forme di stanziamento sedentario e l'eredità delle pratiche pastorali nomadi, l'uomo sviluppò la capacità di allevare animali, prevalentemente ovini, e iniziò a sfruttarne il manto senza ricorrere all'abbattimento. L'animale assunse così un ruolo duplice, fonte di sostentamento alimentare attraverso il latte e i suoi derivati, e fonte di materie prime tessili. Questa evoluzione segnò un punto di svolta nell'organizzazione produttiva e sociale

delle comunità.

La scoperta che il pelo tosato poteva essere manipolato manualmente attraverso un'azione meccanica specifica raccogliendo le fibre in fasci e avvolgendole su un supporto portò alla nascita della filatura, prima vera applicazione tessile della materia prima naturale.

Ancora oggi, la filatura consiste nella produzione di filato a partire da una massa di fibra tessile sottoposta a fasi successive di lavorazione: cardatura, pettinatura, stiro della massa fibrosa, torsione mediante rotazione e avvolgimento del prodotto finito su un supporto di raccolta.

L'ottenimento del filato generò l'esigenza di intrecciare i fili per renderli resistenti e funzionali, stimolando l'ingegno umano alla creazione dei primi telai, strumenti indispensabili per la tessitura. Nell'antichità, la tessitura era gestita prevalentemente in ambito domestico o attraverso piccole





imprese artigianali. Tuttavia, già presso i Romani, le fasi di lavorazione della lana e del lino cominciarono ad essere organizzate in officine specializzate, dove ogni struttura si dedicava a una singola lavorazione impiegando manodopera schiavile. Durante il periodo imperiale, a Roma fioriva la lavorazione della lana, mentre nell'VIII secolo gli Arabi commercializzavano lana pregiata proveniente da pecore selezionate e importate in Spagna.

Nel corso del XVI e XVII secolo, con l'avvento della protoindustria (primo tentativo di organizzazione produttiva di tipo industriale) il settore tessile acquisì un'importanza

strategica nel processo di industrializzazione europea. Il successo della rivoluzione industriale fu strettamente legato alla produzione di stoffe, beni non deperibili e di largo consumo. L'introduzione dei telai motorizzati permise la produzione di chilometri di tessuto, rispondendo alla domanda crescente di un'intera popolazione.

1.2

Il settore tessile italiano: geografia produttiva e tradizione manifatturiera

Il settore tessile rappresenta una delle colonne portanti dell'economia italiana e un elemento distintivo dell'eccellenza nazionale nel panorama globale. I distretti tessili italiani, riconosciuti per la qualità dei loro prodotti, svolgono un ruolo cruciale sia sul piano economico che su quello culturale, incarnando secoli di tradizione artigianale e capacità di innovazione. La loro importanza non risiede esclusivamente nella produzione di tessuti e capi di abbigliamento, ma nel contributo alla costruzione e alla diffusione dell'identità italiana, rendendo il "Made in Italy" un marchio di prestigio riconosciuto a livello internazionale.

Eventi storici rivoluzionari del settore

Tra il 1650 e il 1850, il settore tessile italiano si caratterizzò per elementi tecnologici e socio-economici distintivi. La produzione era prevalentemente localizzata in piccole città e aree rurali, basandosi sull'impiego intensivo di manodopera femminile e infantile a basso costo. Con l'unificazione del Regno d'Italia nel 1861, si aprirono nuove opportunità di mercato, in particolare nelle regioni settentrionali. Nel 1911, Piemonte e Lombardia concentravano tre quarti della forza lavoro impiegata nel tessile.

L'industria della seta conobbe sviluppi significativi alla fine del XIX secolo grazie alla meccanizzazione e alla possibilità di importare seta grezza a basso costo dall'Asia, sebbene ciò determinasse il declino della coltivazione del gelso e dell'allevamento dei bachi da seta sul territorio nazionale. Parallelamente, l'industria laniera italiana, meno esposta alla concorrenza delle eco-



nomie più avanzate, intraprese un processo di modernizzazione adottando modelli produttivi verticalmente integrati.

Nel periodo successivo alla Seconda Guerra Mondiale, l'introduzione delle fibre artificiali comportò un incremento significativo della produzione, nel 1935 l'Italia divenne il terzo produttore mondiale di materiali sintetici. La ripresa post-bellica, facilitata dal Piano Marshall, permise una modernizzazione profonda dell'industria tessile italiana, che continuò a crescere mantenendo la propria reputazione di eccellenza e raffinatezza.

Distribuzione geografica dei distretti tessili

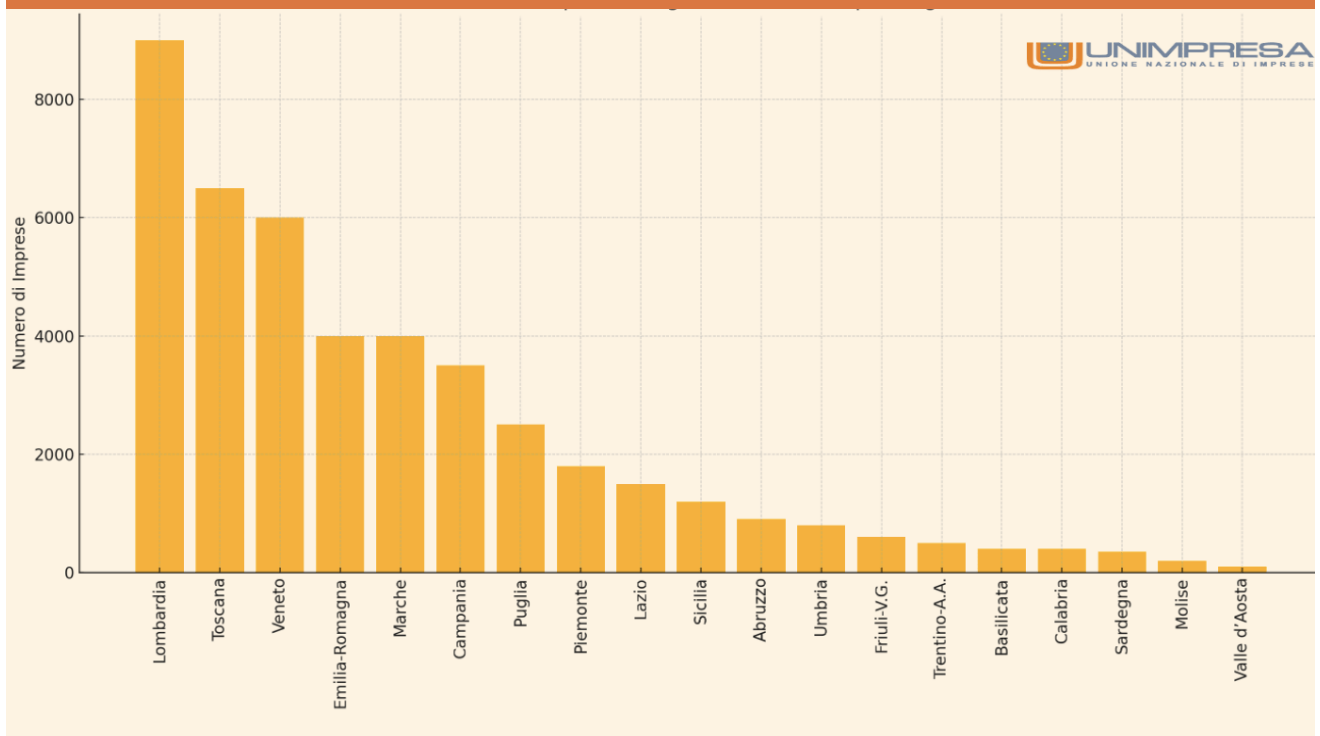
L'industria tessile in Italia presenta una distribuzione geografica che riflette dinamiche storiche, economiche e sociali stratificate. I distretti sono prevalentemente

concentrati nel nord e nel centro del paese, mentre nel sud e nelle isole la presenza risulta meno marcata.

Nord Italia

I distretti tessili settentrionali sono riconosciuti per l'eccellenza produttiva, risultato di un equilibrio tra modernizzazione tecnologica e preservazione dell'attenzione alla creatività e all'artigianalità. Tra le aree più rilevanti si annoverano Biella, nota per i tessuti di lana di alta qualità, Como, celebre per la produzione serica, e Busto Arsizio, specializzata in tessuti tecnici e innovativi. Queste aree si caratterizzano per un'elevata concentrazione di piccole e medie imprese indipendenti, storicamente unite da obiettivi produttivi comuni.

LA MAPPA DELLE IMPRESE ARTIGIANALI DELLA MODA IN ITALIA





Centro Italia

Il distretto tessile di Prato rappresenta il cuore della produzione tessile nel centro Italia e uno dei poli più rilevanti a livello mondiale, specializzato nella produzione di filati e tessuti di lana. Con circa 7.000 aziende attive nel settore della moda, di cui oltre 2.000 operanti nel tessile in senso stretto, il distretto genera circa 2 miliardi di euro di esportazioni annue. Prato costituisce un punto di riferimento essenziale per la moda pronta e il confezionamento dell'abbigliamento "made in Italy", il cosiddetto "Prato ready-to-wear" è rinomato in tutta Europa e rappresenta il principale riferimento per numerosi marchi internazionali della moda.

Sud Italia e Isole

Nel sud Italia e nelle isole sono presenti distretti tessili, ad esempio in Campania, che tuttavia non hanno ancora raggiunto l'importanza strategica dei distretti del centro-nord. La trasformazione e lo sviluppo del settore in queste aree rimangono una sfida, richiedendo un bilanciamento tra modernizzazione, innovazione tecnologica e mantenimento dell'attenzione alla creatività e all'artigianalità che caratterizzano il successo del settore a livello internazionale.

1.2.1

Dimensioni economiche e distribuzione produttiva

Il settore tessile costituisce il terzo comparto manifatturiero in Italia, dopo quello meccanico e dell'automotive, rappresentando una delle eccellenze del Made in Italy. Caratterizzato da una tradizione antica profondamente radicata nel territorio, il settore vanta primati significativi a livello internazionale, l'Italia è il primo esportatore di prodotti tessili in Europa e il terzo nel mondo, dopo Cina e India.

Secondo i dati Euratex—la confederazione europea del tessile e dell'abbigliamento—l'industria tessile italiana è la più performante del continente, rappresentando il 27% della produzione totale europea di

tessuti. L'export italiano copre circa il 60% della domanda mondiale di tessuti di qualità e costituisce il 77,8% delle esportazioni tessili europee complessive.

Classificazione e composizione del settore

L'analisi della popolazione industriale del settore tessile italiano fa riferimento alla divisione 13 delle attività manifatturiere della classificazione ATECO, sistema adottato dall'Istat per finalità statistiche e amministrative. Il settore è composto da oltre 13.000 imprese, la cui distribuzione per attività evidenzia una forte specializzazio-

I NUMERI DEL TESSILE TRICOLORE

Il settore tessile è il **terzo comparto manifatturiero in Italia** dopo quello meccanico e automotive. Si tratta di una delle eccellenze del nostro made in Italy, un settore che può vantare una tradizione antica, che affonda le sue radici nel territorio.



ITALIA

1° PAESE ESPORTATORE
in Europa

3° NEL MONDO
dopo l'India e la Cina

32,8%

Italia Nord
Ovest

18,4%

Italia Nord Est

28,8%

Centro Italia

4%

Isole

16%

Sud Italia

ne produttiva: il 18,7% delle imprese opera nel finissaggio dei tessuti e degli articoli di vestiario, il 18,3% nel confezionamento di biancheria da letto, da tavola e per l'arredamento, il 13,7% nella tessitura, il 10,1% nella lavorazione delle fibre tessili, l'8,9% nella produzione di articoli in materie tessili, l'8,7% nella realizzazione di ricami e il 4,5% nella produzione di tessuti a maglia. Risultano minoritarie le imprese dedicate alla produzione di tappeti e moquette, spago, corde, funi e reti (1,3%), tulle, pizzi e merletti (0,8%) e articoli industriali e tecnici (0,3%).

Distribuzione territoriale in numeri

La popolazione del settore tessile italiano è prevalentemente localizzata nell'Italia centro-settentrionale: il 32,8% nel Nord-Ovest, il 28,8% nel Centro e il 18,4% nel Nord-Est. Il restante 20% si concentra nel Sud Italia (16%) e nelle Isole (4%).

A livello regionale, la Lombardia risulta la regione con il maggior numero di imprese tessili, con un'incidenza del 23,5% e oltre 3.000 aziende. Seguono Toscana (21,8%), Veneto (9%), Piemonte (8,2%), Emilia-Romagna (7,2%), Campania (6,2%), Puglia (4,4%), Abruzzo (3,2%), Marche (3%), Sicilia (2,7%), Lazio (2,3%), Umbria (1,7%), Calabria (1,6%), Sardegna (1,3%), Friuli-Venezia Giulia (1,3%), Liguria (1%), Trentino-Alto Adige (0,9%), Basilicata (0,4%), Molise (0,2%) e Valle d'Aosta (0,1%).

La distribuzione provinciale ricalca la geografia dei distretti industriali storici: Prato (13%), Varese (4,8%), Milano (4,6%), Pistoia (4%), Como (3,9%), Napoli (3,7%), Biella (3,4%), Modena (3,3%), Bergamo (2,8%), Firenze (2,4%), Torino (2,3%), Brescia (2,2%), Padova (2,2%), Vicenza (2,1%), Treviso (2%), Monza e Brianza (1,8%) e Perugia (1,6%).

LA MODA E L'ARTIGIANATO IN ITALIA

	n. imprese		fatturato (milioni di euro)	
Lombardia	9.000	20,3%	5.500	25,3%
Toscana	6.500	14,7%	4.200	19,3%
Veneto	6.000	13,6%	3.200	14,7%
Emilia-Romagna	4.000	9,0%	2.100	9,7%
Marche	4.000	9,0%	2.000	9,2%
Campania	3.500	7,9%	1.300	6,0%
Puglia	2.500	5,6%	900	4,1%
Piemonte	1.800	4,1%	700	3,2%
Lazio	1.500	3,4%	500	2,3%
Sicilia	1.200	2,7%	300	1,4%
Abruzzo	900	2,0%	250	1,2%
Umbria	800	1,8%	200	0,9%
Friuli-V.G.	600	1,4%	150	0,7%
Trentino-A.A.	500	1,1%	120	0,6%
Basilicata	400	0,9%	80	0,4%
Calabria	400	0,9%	80	0,4%
Sardegna	350	0,8%	70	0,3%
Molise	200	0,5%	40	0,2%
Valle d'Aosta	100	0,2%	20	0,1%
TOTALE	44.250	-	21.710	-

Fonte. Centro studi di Unimpresa

(15 aprile 2025)

Artigianato moda e competitività internazionale

All'interno del più ampio settore moda (che comprende tessile, abbigliamento, pelletteria e calzature) l'artigianato rappresenta un pilastro dell'economia nazionale.

Nel 2024 risultano attive circa 40.000 imprese artigiane che, pur costituendo il 41,7% delle 96.000 realtà complessive del settore, generano un fatturato stimato di circa 21 miliardi di euro, pari al 25-30% del totale settoriale. Tuttavia, il comparto ha registrato una flessione dell'8,1% rispetto al 2023, attribuibile a una congiuntura economica sfavorevole, all'aumento dei costi, in particolare energetici (+10,4%), e alla contrazione dell'export (-5,3% nel 2024).

Ulteriori criticità derivano dal fenomeno della contraffazione, che genera perdite stimate in 1,7 miliardi di euro, e dal limitato livello di digitalizzazione, adottata solo dal 15% delle imprese artigiane, che costituisce una sfida rilevante per il mantenimento della competitività.

Propensione all'innovazione e internazionalizzazione

La competitività del settore tessile italiano sui mercati internazionali è sostenuta principalmente dagli investimenti in innovazione, dalla specializzazione di prodotto e dalle sinergie tra filiera produttiva e retail. I principali mercati di sbocco includono sia quelli tradizionali, Europa, Stati Uniti, Giappone e Russia, sia quelli emergenti, come la Cina.

Il grado di internazionalizzazione del settore risulta complessivamente elevato: il 23,5% delle imprese registra uno score alto, il 23,2% uno score sopra la media e il 14,6% uno score nella media. Solo il 4,4% delle imprese tessili presenta un punteggio basso. Per quanto riguarda l'innovazione, i dati evidenziano una distribuzione più frammentata: il 38,6% delle imprese ottiene un punteggio basso, il 21,2% un punteggio al di sotto della media, il 13,6% uno score medio, il 12,5% uno sopra la media e il 5% registra una propensione all'innovazione alta.

Questi dati suggeriscono la necessità di rafforzare ulteriormente la capacità innovativa del tessuto produttivo, elemento strategico per il consolidamento della posizione competitiva del settore a livello globale.



1.3

Storia ed evoluzione dell'industria tessile italiana

L'industria tessile italiana ha occupato una posizione di supremazia in Europa fin dal tardo Medioevo. Tuttavia, sebbene sia stato uno dei primi settori a svilupparsi nella fase di industrializzazione, non tutti i Paesi sono stati in grado di conquistare e conservare in questo ambito una posizione di prestigio. Anche per l'Italia il percorso è stato complesso, persa la propria supremazia nel quadro dell'economia europea e nel mondo della moda, ha fatto il suo ingresso nel mercato globale in netto ritardo, dovendo successivamente riconquistare la propria posizione attraverso strategie di specializzazione e innovazione.

Nel confronto con la concorrenza internazionale, in particolare quella dei Paesi emergenti come la Cina, l'Italia ha saputo mantenere nei primi anni del XXI secolo la propria posizione di vantaggio sul mercato globale, soprattutto nei segmenti collegati alla moda e ai beni di lusso. La competitività dell'industria tessile italiana si è fondata sull'equilibrio tra tecnologia di prodotto, relativa alla progettazione e alle caratteristiche fisiche, funzionali e simboliche dei manufatti e tecnologia di processo, collegata all'efficienza della produzione e della distribuzione, che impatta su qualità, costi e tempi di consegna.

Dal XV secolo alla metà del XIX: declino e riorganizzazione produttiva

Nel XV e XVI secolo, Francia e Inghilterra videro emergere nuovi poli di produzione tessile che, un secolo più tardi, estesero la propria egemonia sui mercati internazionali, sia nel Nord Europa sia nel bacino del Mediterraneo. Di conseguenza, a partire dalla metà del XVII secolo, città italiane storicamente specializzate nella produzione tessile, come Firenze, persero progressivamente importanza.

I primi addensamenti industriali si formarono nel Settecento e consistevano soprattutto in manifatture tessili e impianti per la lavorazione dei metalli. In Italia, le prime lavorazioni tessili si localizzarono nelle basse valli alpine del Piemonte e della Lombardia, attratte dall'abbondanza di energia idrica. Questi primi distretti industriali attirarono consistenti flussi migratori dalle campagne, favorendo la concentrazione della popola-



zione e l'affermazione delle prime potenze industriali.

L'industria tessile italiana tra il 1650 e il 1850 fu caratterizzata da una serie di elementi tecnologici e socioeconomici distintivi.

In primo luogo, la produzione era localizzata prevalentemente in piccole città e campagne, riguardando la lavorazione di panni di qualità medio-bassa. In secondo luogo, si basava sull'impiego massiccio di manodopera femminile e minorile scarsamente qualificata e a basso costo; per questa ragione, la meccanizzazione della maggior parte delle fasi produttive era ancora molto ridotta. In terzo luogo, per disporre di energia idraulica e acqua, le protofabbriche e i laboratori di tintura erano situati in prossimità dei fiumi.

In determinate regioni, tessitori e mercanti avevano sede in aree contigue. Nel caso della lavorazione della seta (che comprendeva trattura, torcitura e tessitura) le attività manifatturiere con il più alto valore aggiunto si concentravano a Como, nella parte settentrionale della Lombardia, e gran parte della produzione veniva esportata. All'inizio del XVII secolo, molte famiglie contadine erano impegnate nella coltivazione del gelso, nella produzione di bozzoli e nella trattura del filo di seta.

La produzione di tessuti in fibra vegetale, in particolare canapa, era molto diffusa e rap-

presentava una forma di lavoro a domicilio a carattere stagionale (periodo invernale) per un consumo ristretto principalmente agli ambienti domestici rurali.

Nei secoli successivi e prima dell'unificazione del Paese, la maggior parte della produzione di canapa avvenne in fabbrica, costituendo il settore con il secondo indotto più alto dopo quello della seta.

Anche dopo la crisi delle corporazioni tessili medievali urbane, alcune località della Lombardia, tra cui Cremona, Monza e Busto Arsizio, continuarono a essere centri di produzione di tessuti in cotone. Parallelamente, aree esterne al controllo corporativo, come Bologna, Chieri in Piemonte, Pistoia, Prato e Milano, divennero nuovi centri protoindustriali. In questi contesti, i commercianti organizzavano il lavoro a domicilio nelle zone rurali, come le pianure montane e le valli della Lombardia, dove la terra era generalmente arida ma le risorse idriche abbondanti.

La manifattura del cotone in Italia subì tuttavia una contrazione all'inizio del XIX secolo a causa della concorrenza delle industrie europee più avanzate. Come risultato di questo processo di adeguamento industriale, nel 1860 l'80% di tutti i fusi per il cotone esistenti in Italia si concentrava nelle sole province di Milano e Como. Verso la fine del secolo, la meccanizzazione del



settore raggiunse livelli tali da consentire l'integrazione verticale di molti processi produttivi.

Nel settore della lana, Schio, Biella, Valdarno e Prato emersero come centri manifatturieri dopo il 1670. Alla fine del XVIII secolo, la produzione di panni di lana in Italia era tornata ai livelli precedenti la crisi del 1630. Nel settore della tecnologia e dell'organizzazione produttiva, l'Italia rimase tuttavia indietro rispetto ai Paesi europei avanzati. Le cosiddette protofabbriche di Schio e Verona avevano cominciato a utilizzare, nella seconda metà del XVIII secolo, grandi telai con spoletta volante per la produzione



di stoffe pregiate, dove i salari erano molto più alti di quelli dei lavoratori a domicilio. Al contrario, nelle famiglie contadine continuava la produzione domestica di panni di lana e tessuti misti di bassa qualità. Dal momento che la tessitura richiedeva vari tipi di telaio e competenze diversificate, questo lavoro era organizzato e controllato dai mercanti. Produzione domestica e centralizzata coesisterono per tutto il XVIII e l'inizio del XIX secolo.

I processi di tintura e finissaggio, comprese follatura, garzatura, pressatura e tintura dei tops di lana pettinata e dei filati, erano molto più meccanizzati e venivano ese-

guiti da artigiani altamente specializzati in manifatture centralizzate, diversamente dai processi di cardatura e filatura nel XVII e XVIII secolo.

L'Italia, arrivata in ritardo sul mercato, aveva bisogno di stabilire contatti con le regioni più sviluppate d'Europa—Francia, Belgio e Inghilterra—per tre motivi fondamentali: il mercato interno era troppo ristretto prima dell'unificazione del 1861; gli imprenditori potevano acquisire tramite questi Paesi informazioni sulle più recenti tecnologie, tendenze della moda e strategie di gestione, anche invitando esperti stranieri; infine, l'esportazione assicurava risorse finanziarie alle imprese tessili italiane, in particolare quelle della seta grezza e dei filati di seta. L'industrializzazione si concentrò principalmente nel Nord Italia, che beneficiava di contratti commerciali con l'Europa, poteva contare su una lunga tradizione manifatturiera, era ricco di risorse idriche e praticava la coltura del gelso e l'allevamento dei bachi da seta. Nelle città produttive, alcuni imprenditori e le loro famiglie assunsero un ruolo significativo nell'applicazione delle nuove tecnologie e nella conversione verso la produzione di tessuti di maggior valore. Nelle campagne e nei piccoli centri il paternalismo dominava i rapporti tra imprenditori e operai. Il cattolicesimo funzionò come elemento di coesione sociale a livello locale,





basato sulla beneficenza e l'aiuto comunitario. Così, ancora nel XIX secolo, l'Italia non aveva visto il formarsi di una classe operaia urbana e il livello dei salari rimase basso.

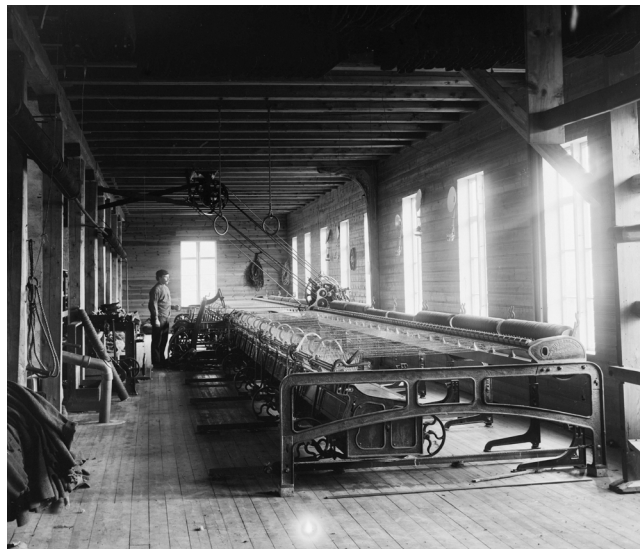
Dall'Unità alla Prima guerra mondiale: espansione e modernizzazione

L'unificazione del Regno d'Italia nel 1861 rappresentò una grande opportunità di espansione sui mercati per i centri di produzione tessile, soprattutto nelle zone settentrionali. La guerra franco-prussiana (1870-71) privò Lione del controllo sul mercato e causò l'interruzione della produzione sul Reno. Di conseguenza, anche se la maggior parte della produzione serica a Como avveniva in industrie rurali con telai manuali obsoleti, la manifattura godette di una stagione di grande prosperità, sebbene di breve durata, quando queste imprese furono colpite dalla recessione, dovettero arrendersi alla concorrenza delle industrie straniere situate a Nord delle Alpi che utilizzavano telai meccanici.

Mentre la maggior parte delle manifatture rurali continuava a utilizzare telai tradizionali per ridurre il capitale fisso, un gruppo di grandi imprenditori decise di importare telai meccanici dai mercati svizzeri, tedeschi e inglesi. L'introduzione di telai mec-

canici negli anni Ottanta del XIX secolo permise alle grandi manifatture di sostituire gli artigiani con donne e minori non qualificati. Il Nord-Ovest divenne il centro della nuova industrializzazione, secondo il primo censimento industriale generale del 1911, nei soli Piemonte e Lombardia si concentravano i tre quarti di tutti gli operai del settore tessile.

Alla fine del XIX secolo, l'industria della seta conobbe profondi sviluppi tecnici e commerciali, subendo un processo di meccanizzazione e vedendo l'aumento del numero di telai. Gli imprenditori trassero vantaggio dalla possibilità di rinvenire seta grezza a basso costo proveniente dall'Asia; questo, tuttavia, determinò il rapido declino della coltivazione del gelso e della bachicoltura, con conseguente carenza di produzione interna. Una volta superata la crisi dei primi del Novecento, l'industria serica di Como intraprese una rapida meccanizzazione e, con l'adozione dell'energia elettrica, le fabbriche furono trasferite nelle pianure e nelle aree urbane, dove si formò una classe operaia che iniziò a prendere coscienza di sé attraverso scioperi e proteste. Contemporaneamente, le seterie di Como passarono a produrre nuove varietà di seta, creando tessuti tinti in pezza che permisero loro di entrare nel mercato dell'alta moda.





L'industria laniera italiana, non essendo in concorrenza diretta con le imprese delle economie avanzate, era prevalentemente orientata al mercato interno. Verso la fine del XIX secolo, entrò in una fase di modernizzazione adottando cicli di produzione integrati verticalmente, diventando una delle più grandi industrie italiane in termini di occupazione e produzione, anche grazie all'imposizione tra il 1887 e il 1965 di dazi protettivi fino al 40%.

Dal primo dopoguerra alla Seconda guerra mondiale: innovazione e diversificazione

Lo scoppio della Prima guerra mondiale influenzò l'industria tessile italiana sotto tre aspetti. In primo luogo, si verificò una limitazione del commercio internazionale, la riduzione dell'importazione di materie prime dall'estero comportò la riduzione dell'esportazione. Tali restrizioni indussero gli industriali a investire nella realizzazione di prodotti e macchinari precedentemente importati da Paesi maggiormente industrializzati. In secondo luogo, sia sul mercato nazionale sia su quello estero, la manifattura serica e l'industria meccanico-tessile italiane trassero beneficio dal ritiro dei concorrenti francesi, tedeschi e austriaci, favorendo la diversificazione della gamma

di prodotti in seta e la loro esportazione. Infine, l'aumento del numero di ingegneri nel periodo bellico contribuì allo sviluppo interno della meccanica tessile. A Como, l'OMITA, la prima fabbrica locale a produrre macchinari tessili e accessori, contribuì fortemente alla modernizzazione del settore. Con la fine del boom bellico, l'industria serica italiana soffrì nel 1920 e 1921 della crisi più profonda dal momento dell'unificazione. Ciononostante, riuscì a registrare una crescita costante dopo il 1922. In quel periodo si verificarono importanti innovazioni, la messa a punto di fibre artificiali come il raion e la loro combinazione con la seta permise di realizzare sete miste più economiche. Le nuove fibre erano importate dal Belgio e dalla Svizzera.

Verso il 1925, alcune grandi seterie integrate (come l'Unione industrie seriche, la FISAC e la Tessiture seriche Bernasconi) si misero in evidenza attraverso l'acquisizione di altre società e l'apertura di nuove fabbriche. Già nel 1926, tuttavia, le grandi seterie erano in difficoltà per l'aumento dei costi e la sovracapacità produttiva. Dopo la Grande depressione del 1929, queste grandi aziende andarono incontro al fallimento o all'assorbimento. Al contrario, le piccole industrie decentrate con telai meccanizzati si adattarono con flessibilità.

Le grandi industrie di tintura e finissaggio, in possesso della tecnologia per lavorare grosse quantità di tessuti in fibra sintetica, misto seta e cotone, superarono la recessione più facilmente.

L'industria serica subì un cambiamento radicale con l'invenzione delle fibre artificiali. Tuttavia, la maggior parte delle aziende italiane, specializzate nella seta di alta qualità, non vollero trattare questi materiali considerati di qualità inferiore. Di conseguenza, l'Italia non poté aumentare la propria quota di mercato negli Stati Uniti, come invece avvenne per seta francese, svizzera e giapponese.

Dopo la Prima guerra mondiale, le fibre artificiali furono introdotte progressivamente in Italia. Per produrle erano necessari enormi investimenti, di conseguenza il mercato fu dominato da pochi grandi gruppi.

Queste nuove fibre erano spesso combinate con quelle naturali, in particolare la lana, e non erano un semplice sostituto economico; il mondo della moda parigina guardava al raion come a una fibra innovativa. In Italia, la Mostra del tessile nazionale del 1937-38 a Roma fu l'occasione per promuovere la sinergia tra industria delle fibre artificiali e moda.

La produzione di fibre artificiali ebbe un rapido aumento nel secondo ventennio del XX secolo: nel 1935, l'Italia (con 31 stabilimenti e 24.000 addetti) produceva il 15% di tutti i materiali artificiali in Europa, diventando il terzo produttore mondiale dopo Stati Uniti e Giappone.

L'industria del cotone conobbe la massima prosperità durante questo periodo, diventando il settore più importante in termini di capitale, lavoratori, macchinari, consumo energetico, valore della produzione e commercio estero. La manifattura milanese del cotone era considerata la prima manifattura su base industriale in Italia.

Sebbene l'industria laniera avesse dimensioni minori rispetto a quella del cotone, l'Italia era il quarto esportatore di prodotti tessili cardati e pettinati dopo Regno Unito, Francia e Germania.

Durante la Prima guerra mondiale, l'industria tessile ricevette considerevoli commesse dall'esercito italiano. Dopo la guerra, la produzione si concentrò su stoffe cardate e pettinate tradizionali. A partire dal 1936, l'industria laniera cominciò a utilizzare fibre artificiali come il raion.



Il secondo dopoguerra: ripresa e “americanizzazione”

Durante il periodo della pacificazione nazionale, l'Italia si confrontò con gravi problemi di domanda e offerta. A fronte di una consistente domanda mondiale di prodotti tessili, introvabili durante la guerra, l'offerta risultava limitata per carenza di manodopera, macchinari e valuta estera.

Prima del ‘miracolo economico’ degli anni Cinquanta, la ripresa fu possibile, dal 1948 al 1952, grazie all'European Recovery Program (piano Marshall). In questo periodo, le industrie italiane soprattutto le grandi imprese, attraversarono un processo di modernizzazione e ‘americanizzazione’ attraverso la fornitura di merci (materie prime, in particolare cotone), servizi (formazione negli Stati Uniti) e finanziamenti per importare macchinari avanzati.

A Como, rispetto al periodo precedente la Seconda guerra mondiale, la produzione serica si era notevolmente diversificata.

La città aveva subito danni meno gravi durante il conflitto e molte imprese milanesi vi si erano trasferite. Anche stilisti, tecnici, dirigenti e operai vi avevano stabilito piccole aziende, concentrandosi sul design e sui tessuti per il settore di nicchia delle cravatte, sciarpe e foulard.

Già durante la ricostruzione, le manifatture

comasche cominciarono a esportare negli Stati Uniti e, nel 1960, quello della seta di lusso diventò uno dei principali mercati dei prodotti italiani: l'Italia aveva superato Lione e il valore delle esportazioni di tessuti per abbigliamento era di circa 35 milioni di dollari. Anche stilisti parigini come Jean Dessès, Christian Dior, Jacques Fath e Hubert de Givenchy acquistavano sete a Como. Stilisti come Emilio Pucci e Ken Scott si rivolgevano alle manifatture comasche per ottenere sete e magline stampate in varietà straordinaria di colori e disegni. Nel 1969, Stati Uniti, Francia e Germania assorbivano il 66% delle stoffe comasche destinate all'esportazione.

L'espansione fu accompagnata dalla chiusura di grandi aziende seriche e dalla proliferazione di piccole imprese fuori città.

Le grandi aziende con telai obsoleti si confrontarono con l'aumento dei costi dovuto alla mancanza di flessibilità. Numerose nuove piccole imprese furono fondate da ex operai con macchinari dismessi.

Dal 1951 al 1961, nonostante una riduzione del 10,2% dei dipendenti, il numero di unità produttive aumentò del 20,6%.

Dopo la guerra, l'industria laniera italiana, superati i problemi di approvvigionamento di materia prima, si riprese notevolmente a partire dai primi anni Cinquanta, ponendosi in concorrenza con le industrie europee.



I lanifici italiani costruirono una reputazione basata sull'eleganza dei tessuti, termine associato sia ai colori freschi e intensi sia alla leggerezza e raffinatezza. Le aziende tessili italiane tenevano in gran conto le caratteristiche sensoriali come aspetto, leggerezza e consistenza, impiegando processi produttivi sofisticati: scelta di non sottoporre le fibre a sollecitazioni eccessive, riposo di materie prime e filati, tintura e essiccazione a basse temperature. Inoltre, i produttori valutavano attentamente la qualità dell'acqua utilizzata nella tintura, quella dolce era la più adatta, e la disponibilità di acque con bassi livelli di durezza, come quelle dei fiumi del Biellese, favorì lo sviluppo dell'industria tessile nella penisola. Nel settore dei tessuti rigenerati, dagli anni Cinquanta l'Italia si distinse come il maggior importatore mondiale di scarti tessili da riciclare provenienti da Stati Uniti, Francia, Paesi Bassi e Germania Ovest. Prato, principale centro per la rigenerazio-

ne della lana, sviluppò un'efficace procedura di cernita degli scarti che permetteva di selezionarli e classificarli prima della carbonizzazione e stracciatura. Attraverso la combinazione di fibre di diversi colori, le imprese realizzavano colori senza tintura. Le materie prime costituivano il 40% dei costi di produzione e il prezzo della lana da scarti era meno di un quarto di quello della lana vergine. La produzione di tessuti rigenerati diminuì negli anni Settanta quando dai Paesi in via di sviluppo iniziarono ad arrivare prodotti in lana vergine più economici.



Il miracolo economico e la nascita della moda italiana

Data la supremazia degli stilisti parigini nell'alta moda, le tendenze erano decise e diffuse da Parigi. Anche dopo la Seconda guerra mondiale, le case di moda e le sartorie italiane acquistavano modelli da maison francesi come Dior, Balenciaga e Fath. Tuttavia, la moda italiana cercava una nuova promozione internazionale.

Nella fase iniziale, i legami tra imprese tessili e disegnatori non erano ancora consolidati. Alcuni stilisti erano in contatto con aziende tessili, in particolare con i setifici di Como, ma in generale i prodotti italiani apprezzati internazionalmente erano soprattutto accessori come sciarpe e ombrelli. Nel 1951, la prima sfilata che presentò la moda italiana nello stesso periodo delle collezioni parigine fu organizzata da Giovanni Battista Giorgini (1898-1971) a Firenze, importante centro di esportazione di prodotti artigianali come quelli di pelletteria. Giorgini invitò al *First Italian high fashion show* giornalisti nordamericani e acquirenti dei più importanti grandi magazzini. Di fronte alla scarsa adesione delle case più conosciute, invitò creatori emergenti: case di alta sartoria (Carosa, Simonetta, Schuberth e Fontana a Roma, Veneziani, Vanna, Noberasko e Marucelli a Milano) e di moda-boutique (Emilio Pucci e Tessitrice di Capri). I creatori erano spesso insoddisfatti della qualità dei tessuti italiani di cotone e lana, al contrario delle sete. Le imprese tessili presto migliorarono i prodotti, considerando la collaborazione con i creatori una pubblicità efficace a costo ridotto.

Dato che la moda italiana proponeva uno stile boutique e capi sportivi e per il tempo libero—più facili da indossare e meno costosi rispetto all'abbigliamento delle maison francesi—la clientela americana accolse favorevolmente queste collezioni. L'industria emergente del prêt-à-porter e della moda boutique catalizzò attenzione internazionale e, dalla metà degli anni Cinquanta, disegnatori e stilisti assunsero un ruolo chiave nel design tessile oltre che nella creazione di abiti. Fu soprattutto nel settore della seta che le imprese italiane collaborarono più strettamente con i professionisti della moda.

Il rilancio del settore tessile italiano degli anni Cinquanta fu guidato dalle esportazioni, stimolate dal successo negli Stati Uniti e dalla progressiva abolizione dei dazi doganali nella CEE a partire dal 1959.



La trasformazione del settore tessile

Negli anni Cinquanta e Sessanta, la crescente importanza dei disegnatori e l'aumento della domanda estera comportarono un cambiamento negli equilibri di potere nella filiera tessile-abbigliamento. Stilisti affermati si dedicarono alla realizzazione di tessuti esclusivamente per le loro collezioni. Alla maggior parte delle aziende tessili non era permesso etichettare i tessuti utilizzati e chi acquistava gli abiti giudicava il valore non sulla base dell'azienda tessile, ma dello stilista.

Poiché il mercato dell'abbigliamento era diventato più soggetto alla moda, disegno, produzione e distribuzione furono organizzati non dalle aziende tessili ma dalle aziende di trasformazione, che avevano legami con studi di design, stilisti e fabbriche di abbigliamento. In particolare, le aziende di trasformazione dei tessuti di seta di Como che collaboravano con studi indipendenti ebbero un ruolo fondamentale nella commercializzazione negli anni Sessanta. Se nel passato si erano limitate a selezionare campioni di diverse seterie per proporli alle case di moda, in quel decennio cominciarono a collaborare con i disegnatori per mettere a punto assortimenti per le collezioni successive. I nomi delle aziende di trasformazione apparvero sulle riviste



di moda più spesso di quelli delle aziende tessili. Non tutte le aziende di trasformazione erano di proprietà italiana. La fornitrice principale di Yves Saint Laurent per la seta stampata era Abraham, azienda svizzera che aveva lavorato esclusivamente con Ratti fino al 1998.

A Como, dato che il design era diventato più importante nel marketing della moda, filatori, tessitori e trasformatori dovettero stringere collaborazioni per design, tintura, stampa e finissaggio per aumentare il valore dei prodotti. Alcuni produttori strinsero rapporti con trasformatori e produttori complementari, creando catene di produzione in rete. Altri raggiunsero una maggiore integrazione con forti investimenti, soprattutto in tintura e finissaggio.

L'altro grande cambiamento fu determinato dalla diffusione del prêt-à-porter negli anni Sessanta. Le aziende tessili furono coinvolte nella realizzazione di prodotti per imprese d'abbigliamento industriali che acquistavano quantità maggiori e vendevano con il proprio marchio. In questo segmento, grandi aziende di abbigliamento e rivenditori conquistarono forte potere d'acquisto e le imprese tessili non furono più riconoscibili per la qualità, non potendo differenziare i prodotti con etichettatura. L'emergente mercato di massa del prêt-à-porter influenzò la domanda di vari tipi di tessuto.



Questa tendenza fu favorita dalle mode degli anni Settanta, ma in Italia la vendita fu dominata in misura inferiore rispetto al Regno Unito dalla grande distribuzione, cooperative e vendita per corrispondenza. Alcuni cambiamenti macroeconomici stimolarono riforme organizzative. L'aumento degli oneri previdenziali e le tensioni con gli operai spinsero gli imprenditori a ridurre i dipendenti investendo in telai automatici. La recessione tra 1963 e 1967 determinò una contrazione della domanda interna. In questo periodo persero il lavoro circa 7.000 lavoratori.

Dagli anni Sessanta, le grandi imprese integrate verticalmente non costituirono un modello di successo e alcune dovettero ricorrere a sovvenzioni statali, circostanza che provocò accuse di concorrenza sleale da parte di altri Paesi CEE. La ristrutturazione comportò la frammentazione di grandi stabilimenti in una rete di piccole imprese specializzate. La maggior parte fu creata

da ex operai dotati di vecchie macchine dismesse. Le piccole imprese specializzate, spesso familiari con poche macchine, raggiunsero elevata produttività a costi inferiori, approfittando di bassa contabilizzazione, scarsi vincoli sindacali ed evasione di contributi previdenziali.

Tale ristrutturazione rese l'Italia fortemente competitiva non solo nella moda e nei tessuti rigenerati, ma anche sui mercati tradizionali. Nel dopoguerra, la produzione di macchine per filatura e tessitura nella penisola era maggiore che in qualunque altra parte d'Europa. Le tensioni sociali, economiche e politiche portarono all'autunno caldo' del 1969, causando la fine del boom e l'ingresso negli anni Settanta con inflazione e stagnazione in un contesto di valute fluttuanti.



Le nuove strategie dell'industria tessile

L'economia italiana subì un periodo di stagnazione a causa dell'impennata dei prezzi del petrolio negli anni Settanta, che comportò diminuzione della domanda, fluttuazione del mercato e aumento dei costi nelle economie avanzate.

Nel mercato di bassa gamma, il maggior peso nei rapporti di forza si spostò dai produttori alle aziende di grande distribuzione, che avevano enorme potere d'acquisto permettendo ai fornitori di immettere elevate quantità a prezzi sempre più bassi. Questa strategia era in linea con il mercato di massa del prêt-à-porter e lo sviluppo della grande distribuzione, che comprendeva ricerca di approvvigionamento a livello mondiale. L'integrazione del mercato globale e la delocalizzazione permisero alle aziende del Nuovo Mondo di penetrare nei mercati avanzati e appropriarsi di tecnologie moderne.

Nel segmento dell'alta moda, stilisti come Walter Albini (1941-1983), pioniere nella creazione del rapporto tra alta moda e produzione industriale, contribuirono alla prosperità dell'industria del prêt-à-porter. Albini partecipò alla selezione e creazione di tessuti per aziende come Etro e riuni in

un'unica collezione articoli di diverse aziende, etichettandoli "Walter Albini per" seguito dal nome dell'azienda. Nel 1971 trasferì la sede di promozione del prêt-à-porter a Milano dalla Sala Bianca di Palazzo Pitti a Firenze. Come Albini, la giovane generazione di stilisti (Krizia, Ottavio Missoni, Versace, Gianfranco Ferré, Giorgio Armani) si rese conto che l'infrastruttura di Milano costituiva una base più congeniale.

La collezione milanese ebbe enorme impatto sul mercato mondiale e le aziende tessili, collaborando con questi stilisti, trassero vantaggio dal boom della moda italiana degli anni Ottanta. Tra 1981 e 1991, il fatturato del settore triplicò.

Le imprese tessili affrontarono condizioni commerciali più incerte. Il mercato era diventato più frammentato e con ciclo di vita più breve. Dagli anni Sessanta, le tendenze si erano rivolte a abbigliamento più casual, con maggiore presenza di calzetteria e maglieria. Ridurre i costi non fu sufficiente





alle imprese delle economie avanzate per sopravvivere e dovettero attuare innovazione di prodotto. La tessitura conobbe il processo di innovazione più notevole. I nuovi telai senza navetta, come quelli a pinze, migliorarono le prestazioni in termini di varietà, qualità, costi e consegna. I telai a pinze permettevano di utilizzare una gamma più ampia di filati e le impostazioni erano computerizzate, consentendo produzione versatile di tessuti con filati e fantasie differenti. Le impostazioni e il monitoraggio erano implementati da computer e questi telai lavoravano a velocità più elevate, permettendo produzione rapida con meno errori usando manodopera ridotta e non particolarmente qualificata. In quel periodo, si osservarono due opposte strategie di adeguamento delle grandi imprese integrate verticalmente. Da un lato, aziende che attuavano progressivo decentramento di fasi produttive affidandole a ditte specializzate minori; la specializzazione permise innovazioni caratterizzate da combinazione flessibile di materiali e tecnologie, quantità ridotte e telai più veloci e versatili. Dall'altro, altre grandi aziende operarono ulteriore integrazione verticale o orizzontale effettuando forti investimenti per nuovi impianti e filiali estere o acquisendo società in crisi per sviluppare nuovi prodotti ampliando la gamma.

Alcune estesero l'attività al prêt-à-porter e alla sua distribuzione. Attraverso la vendita diretta, le imprese tessili che avevano penetrato l'abbigliamento furono in grado di mettere in risalto la propria identità con collezioni realizzate con i propri tessuti, impossibile fino a quando vendevano a grossisti. Questa strategia impose di occuparsi di quantità più piccole e prodotti diversificati, disponendo di materiali creati direttamente o ottenuti da altre aziende complementari, sviluppando filiera flessibile e rapida che evitasse carenze di magazzino e accumulo di invenduto.

Fino alla metà degli anni Ottanta i centri produttivi tessili italiani trassero vantaggio dal boom della moda italiana. Le imprese esposero i prodotti alle fiere internazionali ed effettuarono viaggi promozionali. Si fecero evidenti gli sforzi congiunti di imprenditori di piccole aziende locali per promuovere ricerca e sviluppo, formazione tecnica e contrattazione collettiva, elementi che migliorarono la competitività locale.

Caratteristiche del sistema industriale italiano

L'organizzazione spaziale del sistema globale e multinazionale che si affermò a partire dagli anni Settanta è caratterizzata da una struttura altamente integrata e gerarchizzata articolata su tre livelli: aree metropolitane con centri decisionali, grandi centri industriali storici e aree di decentramento delle funzioni standardizzate, generalmente in via di sviluppo. Se nei primi decenni del Novecento le piccole imprese sembravano destinate a scomparire per la competizione con le grandi imprese standardizzate, negli ultimi anni hanno riacquisito

importanza nell'economia. In Italia, ancora oggi le piccole imprese detengono un numero di occupati maggiore delle grandi. L'affermazione della piccola impresa si è fondata sulla valorizzazione di condizioni imprenditoriali locali capaci di attivare relazioni con ambiti più vasti, nazionali e internazionali. Caratteristiche peculiari della situazione italiana sono state: presenza di capitale disponibile; tradizione commerciale e artigianale storicamente radicata; forza lavoro dispersa in piccole unità; struttura familiare "allargata"; frammentazione della proprietà agricola; mancata polarizzazione urbano-industriale;



1.4

Innovazione, ricerca e sviluppo nel settore

L'evoluzione dell'industria tessile italiana nell'ultimo decennio è stata caratterizzata da dinamiche controverse: da un lato si è assistito a una diffusa diminuzione della produzione, dall'altro si è registrato un significativo sviluppo dell'innovazione tecnologica come risposta alle trasformazioni del mercato. Il settore tessile e dell'abbigliamento ha attraversato periodi altalenanti, mantenendo comunque una posizione trainante per l'economia nazionale. Il 2004 ha segnato il momento di crisi più acuta, con la perdita di 24.000 posti di lavoro e ulteriori 66.000 nei tre anni successivi. Tuttavia, la fase critica si è conclusa e, secondo le elaborazioni SMILIUC, per il Tessile-Moda nazionale si prospetta una crescita su base annua pari al +2,4%.

Nel corso del 2017, il dinamismo del commercio internazionale ha fortemente giovato al settore Tessile-Moda italiano, che ha ritrovato slancio portando l'export a registrare un tasso di crescita stabile. Il com-

parto tessile ha per lungo tempo costituito l'eccellenza del sistema produttivo nazionale grazie alla capacità di sfruttare in maniera ottimale i propri punti di forza. Diverse componenti hanno favorito l'evoluzione del settore: rilevante è stata l'intensificazione delle importazioni e delle strategie di internazionalizzazione commerciale. Tali cambiamenti hanno comportato un decremento delle unità produttive, ma le imprese tessili sono riuscite a mantenere un adeguato livello di competitività attraverso una significativa riorganizzazione.

Operando in un mercato ricco di cambiamenti e concorrenza, il settore produttivo tessile nazionale ha puntato sull'alta qualità, sull'innovazione tecnologica—utilizzando soluzioni che migliorassero i prodotti tradizionali—sull'impiego di prodotti ecologici (materiali naturali e/o riciclati) e sulla caratterizzazione dei prodotti. Queste scelte hanno spinto le imprese nazionali ad attivare linee strategiche diverse per



posizionarsi competitivamente sul mercato: intensificazione degli investimenti nel campo tecnologico per potenziare l'efficacia produttiva; esternalizzazione del settore terziario e delle fasi produttive; aumento delle catene di valore, potenziando i comparti della distribuzione e della fornitura, precedentemente poco considerati ma ora rilevanti per la definizione del prodotto; strategie di internazionalizzazione a livello commerciale e produttivo.

Le trasformazioni del settore tessile, soprattutto negli ultimi anni, risultano strettamente collegate all'evoluzione della domanda sul mercato: se in precedenza era la produzione a dettare le regole per il consumatore, attualmente è la filiera di distribuzione a determinare l'andamento

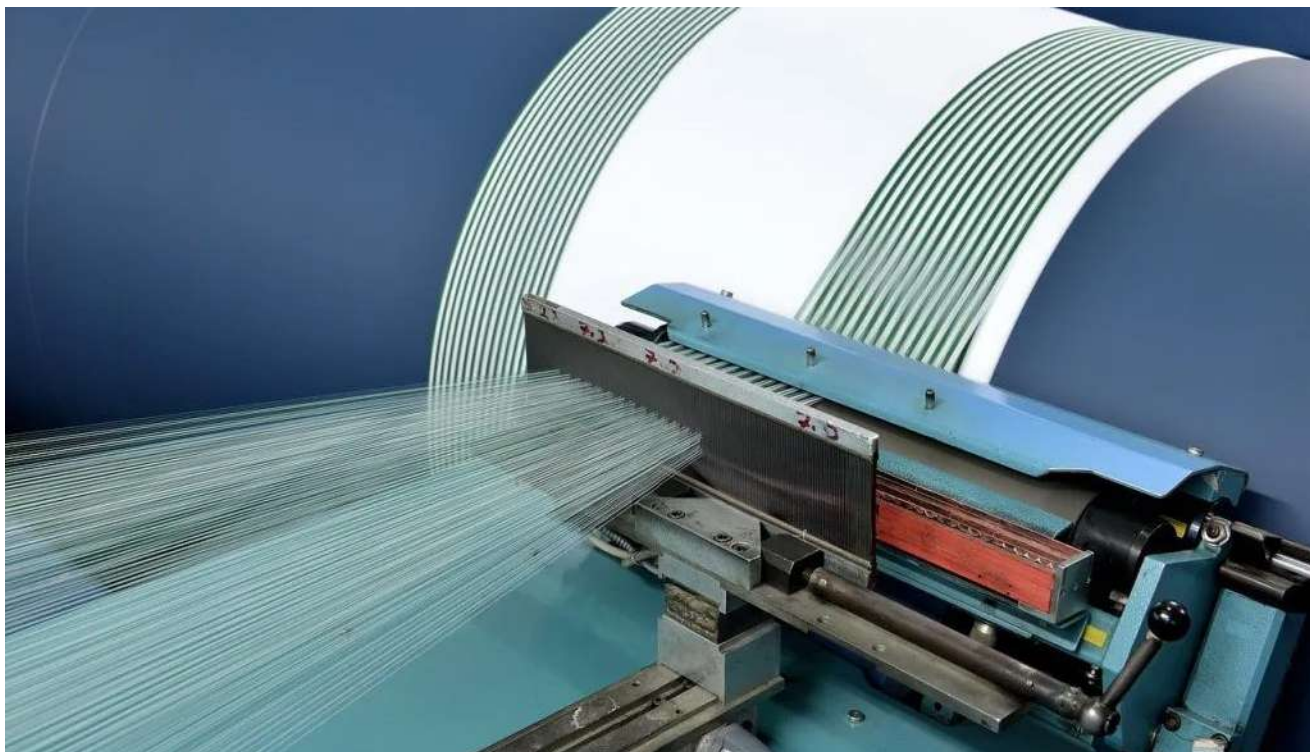
industriale del settore. Le aziende operanti nel tessile sono caratterizzate da eterogeneità, con un sistema di lavorazione complesso e la possibilità di specializzazione in aree determinate. Questa frammentazione ha contribuito alla coesistenza di imprese diverse per dimensione e scelte strategiche. Analizzando le imprese del comparto tessile italiano emergono orientamenti strategici largamente diffusi, quali: ricerca e sviluppo; integrazione e specializzazione; commercializzazione e distribuzione; subfornitura e spostamento dei centri produttivi per realizzare economie d'impresa; incremento dei rapporti con terzi; attenzione al livello di qualità; consolidamento e penetrazione in nuovi mercati; diversificazione; innovazione e imprenditorialità.



Ricerca e sviluppo: investimenti e competitività

Nel settore tessile, l'area afferente alla ricerca e allo sviluppo è apparsa inizialmente marginale rispetto alla competitività delle imprese. Documenti elaborati a livello nazionale ed europeo hanno confermato un gap, o più precisamente un basso grado di competizione del sistema europeo rispetto a quello dei Paesi asiatici e americani. Tuttavia, i dati sugli investimenti effettuati dalle imprese italiane per la ricerca e sviluppo evidenziano un aumento notevole negli ultimi anni, con un conseguente miglioramento generale degli elementi collegati al settore. Bisogna precisare che risulta difficile, soprattutto nel settore tessile, stabilire quali attività possano essere collegate agli investimenti in ricerca e sviluppo. Il surplus può essere ricondotto a più fattori: innovazioni radicali nel processo produttivo e nel prodotto, ricerca di nuove fibre o trattamenti, o fattori collegati alla realizzazione di nuove collezioni e campionari. L'innovazione tecnologica rappresenta un

pilastro fondamentale per i distretti tessili. L'adozione di tecnologie avanzate come la maglieria 3D, i tessuti intelligenti e la nanotecnologia ampliano le possibilità del mercato offrendo funzionalità migliorate, durata e comfort, rispondendo alle esigenze in evoluzione dei consumatori. Inoltre, l'industria tessile ha registrato una crescita significativa grazie a fattori quali l'aumento della popolazione, il cambiamento delle tendenze della moda e l'incremento del reddito disponibile, testimoniando un aumento costante della domanda di tessuti in diverse regioni. Gli investimenti nelle tecnologie digitali sono previsti per avere un impatto significativo sulla sostenibilità e competitività delle aziende tessili e di moda. L'implementazione di queste tecnologie consente a produttori e rivenditori di rispondere direttamente alla domanda del mercato riducendo i tempi di produzione e i costi, aumentando l'efficienza della catena di approvvigionamento e la redditività, garantendo un vantaggio competitivo in un ambiente imprenditoriale sfidante.



Qualità e normative di settore

Sono i consumatori a decidere se un prodotto è o meno “di qualità”. Nel settore tessile, il tema della qualità è particolarmente sentito sia per l'utilizzo del prodotto sia per le implicazioni ecotossicologiche. Sotto questo profilo esistono diversi tipi di normative sulla sicurezza dei tessuti: quelle riguardanti l'immissione e l'uso di sostanze ritenute pericolose e norme relative alla sicurezza dei prodotti in senso generale e alla tutela del consumatore.

Queste norme sono importanti poiché l'innovazione tecnologica e la liberalizzazione

dei mercati hanno favorito lo spostamento delle imprese e delle diverse fasi manifatturiere in altri Paesi, determinando un quadro legislativo diversificato: ogni Paese ha una legislazione e controlli differenti rispetto a quelli nazionali ed europei. Il fattore qualitativo è estremamente importante per il raggiungimento del vantaggio competitivo e per il posizionamento del prodotto all'interno di mercati specifici.



Sfide contemporanee e prospettive future

La crisi energetica rappresenta una fonte di preoccupazione per i produttori tessili europei, con rischi di default ai massimi storici e alcune fabbriche che cercano urgentemente di dotarsi di pannelli solari. Questa situazione evidenzia le sfide legate all'energia, alle materie prime e all'approvvigionamento che l'industria sta affrontando. I consumatori, in tempi di crisi, stanno scegliendo la "deconsumazione" come opzione, desiderando consumare meno ma meglio, una realtà il cui impatto si avverte lungo tutta la catena di approvvigionamento tessile e di abbigliamento. Tuttavia, le sfide presentate dalla crisi energetica e dalle tensioni sui prezzi delle materie prime offrono anche opportunità per innovare e adattarsi, sottolineando l'importanza di investire in ricerca e sviluppo per mantenere i distretti tessili competitivi nel mercato globale. La capacità di navigare attraverso queste sfide e sfruttare le opportunità emergenti sarà cruciale per il successo futuro dell'industria tessile.

Nel 2024, il settore dell'abbigliamento in Italia ha mostrato segnali contrastanti. Nonostante il rallentamento della domanda globale, le esportazioni italiane di moda hanno mantenuto una buona tenuta, in

particolare nei mercati europei, mentre sono diminuite in Cina e Nord America. L'industria ha risentito dell'incertezza macroeconomica e dell'inflazione, che hanno spinto molti marchi a rivedere listini e strategie commerciali. La crescente attenzione alla sostenibilità e all'economia circolare sta portando molte aziende italiane a investire in materiali riciclati e produzioni a basso impatto ambientale. Il canale online continua a crescere, ma i negozi fisici restano fondamentali, soprattutto nel lusso e nel Made in Italy.

La capacità dei distretti tessili italiani di fondere tradizione artigianale e avanguardia tecnologica emerge come un fattore distintivo nel mantenere alta la reputazione del Made in Italy e nel posizionare i distretti su una piattaforma internazionale. Questo equilibrio tra eredità e innovazione rappresenta il cuore pulsante dell'industria tessile, alimentando non solo l'economia ma anche la cultura e l'identità di intere comunità.





2.0

**Artigianato, saperi e
territorio: patrimonio
culturale immateriale**

2.1 L'artigianato tessile: tradizione, identità e contemporaneità

Il tessile artigianale rappresenta una delle espressioni più autentiche e profonde delle tradizioni culturali di molte comunità nel mondo. Questo settore si distingue per la cura dei dettagli, la qualità dei materiali e la maestria tramandata di generazione in generazione. Tuttavia, il tessile artigianale non è soltanto un'eredità del passato, ma anche una tradizione in evoluzione che guarda con interesse al futuro. Con l'avvento delle tecnologie moderne, l'interesse per i prodotti sostenibili e il ritorno al consumo consapevole, il settore sta vivendo una rinascita, mantenendo al contempo un legame profondo con le proprie radici e origini storiche.

Tecniche, tradizioni e significati culturali

Quando si parla di tessile artigianale, si fa riferimento a una vasta gamma di pratiche e tecniche antiche che spaziano dalla tessitura alla tintura, dal ricamo al lavoro a maglia, tutte accomunate dalla manualità

e dall'uso di strumenti spesso rudimentali ma altamente specializzati. Ogni comunità o regione ha sviluppato, nel corso dei secoli, stili, motivi e tecniche distintive, riflettendo il proprio patrimonio culturale, la disponibilità di risorse naturali e le influenze esterne. In molte culture asiatiche, africane e sudamericane, il tessile ha assunto non solo un valore estetico, ma anche simbolico e spirituale. Ogni tessuto racconta una storia, i motivi geometrici potevano indicare l'appartenenza a un determinato clan, mentre i colori utilizzati simboleggiavano emozioni, status sociale o eventi particolari come matrimoni o nascite. In Europa, il tessile artigianale ha giocato un ruolo centrale nelle economie locali fin dal Medioevo. I maestri artigiani dell'Italia erano famosi per la produzione di arazzi, merletti e tessuti pregiati che venivano scambiati in tutta Europa, costituendo non solo beni commerciali ma anche simboli di prestigio e potere.





Preservazione del patrimonio culturale

Nonostante la globalizzazione e l'industrializzazione abbiano portato alla diffusione di tessuti prodotti su larga scala e a basso costo, molte comunità hanno scelto di mantenere vive le antiche tradizioni tessili. Questo desiderio di preservare il patrimonio culturale e artigianale ha spinto le nuove generazioni di artigiani a riscoprire tecniche tradizionali, spesso perdute o dimenticate, e a innovarle per renderle rilevanti nel contesto contemporaneo. I tessuti artigianali non sono solo prodotti

di moda, ma anche veicoli di trasmissione culturale. In paesi come il Guatemala o il Perù, le tecniche di tessitura indigene sono state mantenute intatte nel corso dei secoli, tramandate di madre in figlia. Questi prodotti non sono soltanto pezzi di abbigliamento, ma rappresentano una connessione profonda con le proprie radici, con la terra e con il passato. Utilizzare un prodotto artigianale non è solo una scelta estetica, ma anche una dichiarazione di appartenenza e di rispetto per la propria cultura.

Sostenibilità e responsabilità ambientale

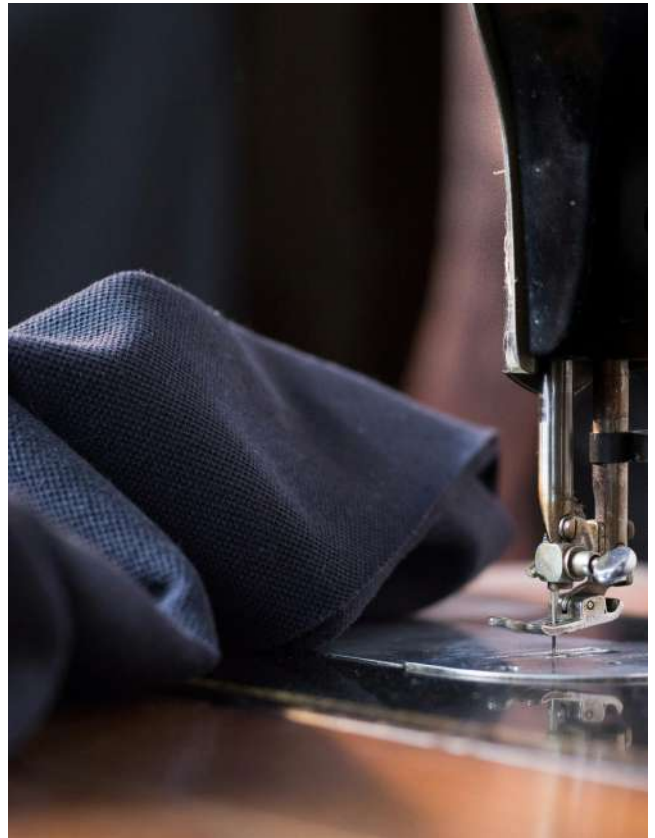
Se da un lato il tessile artigianale guarda alle sue radici con rispetto e devozione, dall'altro non può ignorare le sfide e le opportunità del presente. Una delle tendenze più rilevanti nel mondo tessile contemporaneo è quella legata alla sostenibilità. La crescente consapevolezza dell'impatto ambientale dell'industria della moda ha portato a una maggiore attenzione verso i processi produttivi e i materiali utilizzati. L'industria tessile artigianale si inserisce perfettamente in questo contesto. A diffe-

renza della produzione industriale, i processi artigianali sono spesso meno inquinanti e più rispettosi dell'ambiente. Gli artigiani tendono a utilizzare materiali naturali e locali come cotone, lino, lana o seta, coltivati e lavorati senza l'uso di prodotti chimici aggressivi. Inoltre, la produzione su piccola scala riduce gli sprechi e il consumo eccessivo di risorse. Questo approccio sostenibile, abbinato alla crescente domanda di prodotti etici e di alta qualità, ha permesso al tessile artigianale di rinnovarsi e di attirare l'attenzione di consumatori consapevoli, desiderosi di fare scelte responsabili sia dal punto di vista ambientale che sociale.



Innovazione e nuove opportunità

Un altro aspetto fondamentale del futuro del tessile artigianale è l'innovazione. Gli artigiani moderni, pur rimanendo fedeli alle tecniche tradizionali, stanno esplorando nuove possibilità grazie alle tecnologie digitali e ai nuovi materiali. Ad esempio, la stampa 3D e il taglio laser stanno trovando sempre più applicazione nella produzione tessile, consentendo agli artigiani di creare disegni complessi con una precisione mai vista prima. Inoltre, piattaforme online e social media hanno aperto nuove vie di comunicazione e distribuzione per i tessuti artigianali. Oggi è possibile vendere prodotti fatti a mano a clienti in tutto il mondo, abbattendo le barriere geografiche e dando agli artigiani l'opportunità di espandere il proprio mercato. Le botteghe artigiane, un tempo limitate a contesti locali, possono ora fiorire grazie a e-commerce, fiere virtuali e collaborazioni internazionali.



Unicità e resistenza al fast fashion

Il tessile artigianale, oltre a essere un simbolo di qualità e autenticità, risponde anche a un desiderio crescente di unicità. In un'epoca caratterizzata dalla produzione di massa, i consumatori cercano sempre più prodotti che riflettano personalità e identità individuali. I tessuti fatti a mano, con le loro imperfezioni e variazioni naturali, raccontano una storia e sono intrisi di un valore intrinseco che difficilmente si trova nei prodotti industriali.

Il ritorno ai valori dell'artigianato rappresenta inoltre una forma di resistenza al "fast fashion", un modello di consumo che ha dominato la moda negli ultimi decenni ma che ha anche contribuito a gravi danni ambientali e sociali. Scegliere un prodotto tessile artigianale non è solo un atto di acquisto, ma anche un gesto di responsabilità verso il pianeta e le persone che lo abitano.



Prospettive future

Il tessile artigianale è una tradizione che, pur radicata nel passato, ha tutte le potenzialità per guardare al futuro. Le nuove tecnologie, l'attenzione alla sostenibilità e l'interesse dei consumatori per prodotti autentici e di qualità stanno dando nuova vita a un settore che sembrava destinato a essere superato dalla produzione industriale. Tuttavia, la forza del tessile artigianale risiede proprio nel suo legame con le origini, nella sua capacità di raccontare storie attraverso i fili, i colori e i motivi che si intrecciano in ogni tessuto. Guardare al futuro, per il tessile artigianale, significa mantenere vivi quei saperi antichi, adattandoli alle esigenze di un mondo in continuo cambiamento.



2.2 Il rinnovato interesse per l'artigianato: sostenibilità e consapevolezza

La sostenibilità culturale verso modelli economici più giusti e inclusivi sta emergendo come un pilastro essenziale nella transizione verso una nuova missione della moda, capace di recuperare le tradizioni estetiche forgiate in comunità artigianali, spesso marginalizzate, riconoscendole il valore come custodi di competenze preziose e necessarie per il futuro. La sostenibilità non è più soltanto una questione di materiali ecologici o riduzione degli sprechi: significa riconoscere le radici della filiera territori, persone, saperi. Questo implica valorizzare i luoghi d'origine e le comunità che custodiscono tecniche e risorse, promuovendo una sostenibilità trasparente e tracciabile, che metta in luce la dignità del lavoro attraverso relazioni di scambio e non di sfruttamento.

Il consumatore consapevole e la ricerca di autenticità

La riscoperta dell'interesse per l'handmade è dovuta a persone che condividono pienamente i valori dell'artigianalità e del fare come unicità, attenzione ai particolari, qualità. I consumatori contemporanei sono socialmente consapevoli e richiedono trasparenza etica, prediligendo prodotti tracciabili che portano con sé una storia, come quelli artigianali. La domanda si è spostata verso la qualità, c'è un'attenzione sempre maggiore alla provenienza dei prodotti e delle materie prime, e i consumatori vogliono essere coinvolti e conoscere le diverse fasi della creazione. I consumatori non sono più soggetti passivi, ma partecipano attivamente ai processi di progettazione e produzione affinché l'oggetto finito rispecchi

pienamente le proprie esigenze. I prodotti si stanno trasformando in "esperienze" che abbinano la conoscenza dei luoghi alla scoperta della manifattura di qualità. Questo cambiamento comportamentale ha contribuito a dare una spinta innovativa verso nuovi metodi di comunicazione e marketing digitale. I consumatori di oggi sono "consumatori digitali" con esigenze e aspettative diverse rispetto al passato. Grazie all'e-commerce è possibile vendere in tutto il mondo prodotti non standardizzati e personalizzabili, rispondendo al crescente desiderio di non possedere oggetti anonimi e soddisfacendo l'esigenza di unicità.



Sostenibilità ambientale e cambiamento dei comportamenti di consumo

Il problema ambientale e la sostenibilità dello stile di vita occidentale stanno portando a un grande dibattito e all'acquisizione di maggiore consapevolezza da parte dei consumatori. Osservando i trend è evidente che si sta iniziando a comprare meno e meglio, oggetti che durano nel tempo e creati secondo determinati valori. Con il tempo le persone hanno imparato a consumare in maniera più consapevole, diventando più esigenti nei confronti del mercato per ottenere prodotti che rispettino principi etici. Sono soprattutto i giovani a modificare i propri comportamenti per avvicinarsi a uno stile di vita più sostenibile. Secondo l'Euromonitor International's Lifestyles Survey 2019, il 60% dei consumatori è preoccupato per i cambiamenti climatici e il 54% ritiene di poter dare

un contributo positivo al mondo attraverso i propri acquisti.

Il mestiere artigiano si inserisce all'interno del dibattito ambientale come una delle possibili alternative sostenibili. La componente artigianale è per sua natura sostenibile, sia per le modalità con le quali un prodotto viene creato, sia perché aiuta ad allungarne il ciclo di vita tramite la possibilità di riparare, modificare, restaurare e aggiornare gli oggetti, conferendo loro di volta in volta un nuovo impulso vitale.





Cultura, diritti e sviluppo sostenibile

Per uno sviluppo sostenibile e intelligente, la cultura riveste un ruolo fondamentale. “Ogni individuo ha diritto di prendere parte liberamente alla vita culturale della comunità, di godere delle arti e di partecipare al progresso scientifico ed ai suoi benefici” (Dichiarazione Universale dei diritti dell’uomo, articolo 27, comma 1). L’accesso al patrimonio culturale, di cui tutti siamo eredi, è un diritto universale, e la cultura deve essere concepita come motore per lo sviluppo a lungo periodo.

L’artigianato contemporaneo è innovativo, ma non dimentica la tradizione, anzi, la comprende e la traduce in qualcosa di nuovo. La condivisione del sapere, verticale tra generazioni e orizzontale tra diverse persone, è un aspetto fondamentale. L’artigianato contemporaneo crea connessioni, mette in relazione persone, materie, luoghi e ambiti progettuali diversi, dando vita a

collettività e gruppi di creativi e produttori che collaborano direttamente o indirettamente, influenzandosi reciprocamente. L’artigianato contemporaneo possiede molte qualità, prima fra tutte la sostenibilità, non solo ambientale ed economica, ma soprattutto culturale, alimentata dalla consapevolezza e dal bisogno di conoscere e comprendere. Ultima, ma non per importanza, è la felicità quella di avere e guardare un oggetto fatto bene, ma soprattutto la felicità di fare.



2.3 L'artigianato oggi: trasmissione dei saperi e l'importanza della provenienza

Fino al diciottesimo secolo l'artigiano era una figura di centrale importanza nella società, svolgendo un ruolo fondamentale in tutte le fasi della produzione di beni di consumo. Oggi, queste figure sono molto sfaccettate e complesse. Dopo l'avvento dell'industrializzazione e fino a qualche anno fa, l'artigianato era visto come un'attività marginale, ai limiti dell'estinzione. Oggi invece gli artigiani stanno riuscendo con successo a uscire da questo stereotipo folkloristico. L'artigianato sta vivendo un momento di forte crescita, fenomeno che sottolinea il bisogno primario di "avere a che fare con la materia".

Artigianato oggi significa soprattutto saper creare connessioni di diverso tipo: connessioni tra persone, tra gli stessi produttori, ma anche tra artigiano e cliente; connessioni tra passato e presente; connessioni con il territorio. Il sapere artigiano è questione di legami, di manualità, di apprendimento, di cooperazione e collaborazione in un interscambio continuo. Il contributo soggettivo assume un'importanza centrale, l'artigiano trasmette nel suo lavoro, tramite le tecniche e le competenze acquisite, la propria personalità. Le competenze sociali sono fondamentali: l'artigiano, dialogando con il destinatario, ne conosce e comprende le esigenze, i desideri e le aspettative, facendosene carico tramite il proprio lavoro. Tema centrale della produzione artigiana è sicuramente quello del fatto a mano, ma oggi i confini del mestiere artigiano si sono molto ampliati, arricchendo i significati delle parole "artigianato" e "lavoro artigiano". Così come uomo e macchina oggi si avvicinano e si fondono, anche tradizione e innovazione, comunemente considerate oppo-

ste, vivono un momento di avvicinamento e spesso di convivenza. Il valore del fatto a mano risiede nella produzione di bellezza, composta da creatività, interpretazione e innovazione. L'artigianato contemporaneo fonda le sue radici in quello tradizionale, reinterpretandolo e cercando di dare forma alle aspettative di un mondo nuovo, che ha bisogno di maestri capaci di unire tradizione e innovazione.





L'artigianato come esperienza e paradigma culturale

In un'epoca dominata dalla produzione industriale di massa e dall'omologazione globale, l'artigianato rappresenta una risorsa strategica. Non è la quantità, né la ripetizione seriale a generare valore, è la capacità di trasformare conoscenza, estetica e tecnica in esperienze uniche. Ogni pezzo racconta una storia, crea relazioni, diventa parte di una cultura condivisa. L'alto artigianato è già esperienza: racconto, lentezza, unicità, empatia. Ogni oggetto è gesto e memoria, appartenenza e dialogo.

L'artigianato, per sua natura, è esperienza, ogni pezzo racconta una storia, ogni gesto traduce cultura in materia viva, ogni dettaglio è occasione di relazione tra chi crea e chi vive. L'oggetto non è solo possesso: è narrazione, memoria, relazione. Partecipare al processo creativo, conoscere l'origine dei materiali, comprendere il gesto dell'artigiano significa trasformare il consumo in esperienza culturale.

L'artigiano, in quanto "essere progetto", non si limita a creare oggetti sviluppa visione, significato e cultura. Essere progetto significa integrare cultura, estetica e responsabilità sociale. Significa vedere l'arte del fare come processo e non come prodotto, come percorso di pensiero e non

come semplice operazione manuale. Significa trasformare il gesto in narrazione, la materia in significato. In un mondo dominato dalla produzione industriale di massa, l'alto artigianato si afferma quindi come paradigma strategico è differenziazione culturale, identità territoriale, sostenibilità e innovazione. L'artigianato, visto come essere progetto, supera la dimensione della produzione per entrare in quella del pensiero incarnato nella materia. È un paradigma in cui cultura, esperienza e responsabilità si intrecciano, creando un modello di valore unico e sostenibile. Essere progetto è pensare, fare e vivere il design come cultura, responsabilità e visione. In questa prospettiva, l'artigianato non è solo mestiere, ma paradigma del futuro: un futuro che unisce estetica, cultura e innovazione, in un dialogo tra passato e contemporaneità.







Trasmissione del sapere e formazione delle nuove generazioni

La trasmissione del sapere è oggi più che mai una necessità impellente, poiché il rinnovo della tradizione impiegando in modo nuovo tecniche, materiali e saperi è fondamentale. Oggi, così come nelle botteghe rinascimentali, il legame con le nuove generazioni è essenziale. Le botteghe artigiane tutelano la continuità della propria arte attraverso l'insegnamento diretto ai giovani apprendisti.

La domanda di figure professionali nel settore del fatto a mano è sempre più alta. Le grandi maison del lusso hanno istituito diversi percorsi formativi dedicati ai giovani talenti della manifattura: dal gruppo LVMH, che nel 2014 ha fondato l'IME (Istituto dei Mestieri d'Eccellenza), a diverse iniziative come la Scuola di Alta Sartoria di Brioni e l'Alta Scuola di Pelletteria di Gucci. Senza dimenticare progetti come la collaborazio-

ne tra Kering e il London College of Fashion, che prevede un programma dedicato alla promozione di pratiche di moda sostenibili. Dalla Fondazione Altagamma, da Lamborghini a Brunello Cucinelli, da Bottega Veneta a Fendi, da Technogym a Tod's Group, da Gucci a Illy Caffè, sono molte le aziende che hanno creato laboratori di istruzione e apprendistato per formare in house i professionisti del futuro.



Provenienza, tracciabilità e autenticità

La provenienza di un prodotto fa sì che vengano associati ad esso attributi come qualità, esclusività e prestigio. La tracciabilità dei processi produttivi è un elemento chiave anche per valutarne la sostenibilità. Esaltare le peculiarità dei diversi luoghi è oggi una priorità di molti brand, un trend che risponde al crescente interesse dei consumatori di conoscere approfonditamente cosa stanno acquistando. La conoscenza della provenienza di un oggetto aiuta a raccontarne la storia, creando un legame autentico tra prodotto, territorio e consumatore.



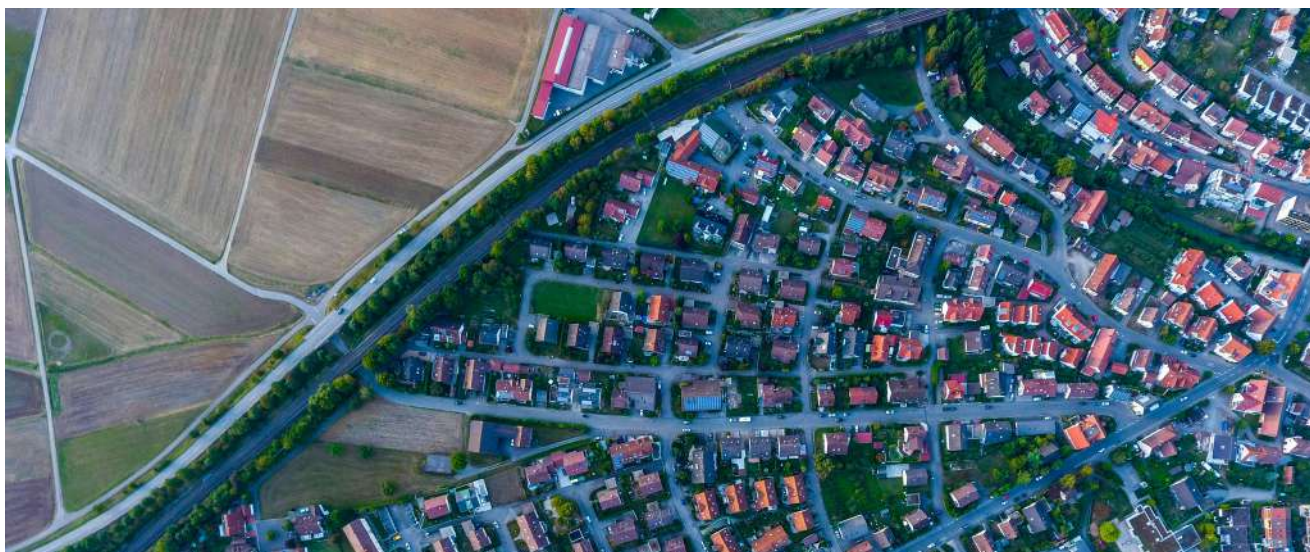
2.4 Valorizzare saperi e territori: il patrimonio culturale immateriale

I territori non sono solo fonte di materie prime originali e autentiche, ma anche una rete di relazioni umane e professionali che possono influenzare positivamente chi ci vive o lavora. Il patrimonio non è quindi solo materiale, ma anche fatto di saperi e tradizioni. Tangibile e intangibile sono indissolubilmente legati e occuparsi di ciò che non è fisicamente visibile è fondamentale per supportare e mantenere anche le attività più “materiali”. La provenienza di un prodotto può rappresentare di per sé una garanzia di qualità, originalità e unicità. Il patrimonio culturale, fatto di conoscenze locali ed espressioni fisiche, è un valore, una risorsa competitiva.

Le capacità del creativo sono strettamente correlate all'ambiente in cui è inserito. La dimensione immateriale del patrimonio culturale fornisce identità uniche agli oggetti prodotti in un determinato luogo: l'autenticità, la qualità di non essere imitabile, in quanto attinge ed esprime in sé

la tradizione di un distretto, di una scuola, di un retaggio culturale. Riconoscibilità e unicità, in un contesto competitivo come quello attuale, devono essere supportate da scambio e aiuto reciproco. La cultura funge qui da elemento chiave, motore di connessione e punto centrale per processi complessi, di relazioni tra diversi attori, processi industriali e percorsi cognitivi.

Il patrimonio culturale va visto non più solo come lascito del passato, ma anche come potenziale di sviluppo. Conoscenza, tutela e conservazione sono in grado di contribuire al progresso locale; la strada verso conservazione e valorizzazione non va separata dall'obiettivo di un progresso migliorativo delle condizioni di vita. Ciò che di prezioso abbiamo in Italia non sono solo le singole opere, ma anche e soprattutto quella che possiamo definire “identità nazionale”, la consapevolezza del patrimonio e della sua unicità. La gestione del patrimonio culturale deve rimanere responsabilità e decisione



della comunità che lo custodisce, questo è fondamentale per preservarne l'identità di quello che possiamo definire come "patrimonio vivente". Il patrimonio immateriale, il sapere che c'è dietro alla realizzazione di un oggetto, è più importante del risultato finale. Raccontare qualcosa di materiale e tangibile è senza dubbio più immediato e semplice che descrivere un sistema complesso e immateriale quale può essere un sapere, una tradizione, un territorio.

La definizione UNESCO di patrimonio culturale immateriale

Nell'articolo 2 della Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale, conclusasi nell'ottobre 2003, l'UNESCO definisce per "patrimonio culturale immateriale" le prassi, le rappresentazioni, le espressioni, le conoscenze, il know-how, come pure gli strumenti, gli oggetti, i manufatti e gli spazi culturali associati, che le

comunità, i gruppi e in alcuni casi gli individui riconoscono in quanto parte del loro patrimonio culturale. Il patrimonio immateriale si manifesta tra l'altro nei seguenti settori: tradizioni ed espressioni orali, ivi compreso il linguaggio; le arti dello spettacolo; le consuetudini sociali, gli eventi rituali e festivi; le cognizioni e le prassi relative alla natura e all'universo; l'artigianato tradizionale. L'artigianato è quindi uno di quei beni che fanno parte del patrimonio immateriale di un luogo, ed è importante salvaguardarlo e valorizzarlo. Valorizzarlo significa sia dare valore che creare una coscienza. Per dare valore è indispensabile la condivisione, tramite conoscenza diretta e indiretta; condivisione che deve avvenire prima di tutto tra tutti coloro che vivono nel territorio, tramite iniziative di valenza sociale che sottolineino il legame con il luogo di appartenenza, per poi distribuirsi in diverse modalità più o meno partecipative.



Il legame tra artigianato, territorio e comunità

Il rapporto tra cultura materiale e comunità è sempre mediato da un territorio. Soprattutto parlando di artigianato è evidente il profondo legame che questo ha con il territorio un sistema complesso, una sorta di contenitore, al cui interno si trovano diversi aspetti che caratterizzano un'area specifica. I luoghi sono quindi portatori di un valore trascendente in cui si esprimono appartenenze, memorie, culture e simboli. Spesso i luoghi della produzione diventano i luoghi del racconto, aprendosi al pubblico e creando così un contatto diretto, uno scambio uno a uno. Uno degli aspetti più interessanti di questo nuovo turismo culturale è quando il coinvolgimento dell'utente o cliente avviene in modo diretto e vengono organizzati workshop per insegnare le tecniche di lavorazione. Fare cose ci rende più consapevoli, vedere e capire come fun-

ziona il processo produttivo e quanto sono complesse le fasi di lavorazione aiuta senza dubbio a dare il giusto valore agli oggetti finiti. Per comunicare il valore dell'artigianato oggi è fondamentale l'integrazione tra prodotti, spazi fisici e tecnologie digitali di comunicazione, che permettono di raggiungere un pubblico più ampio non definito da distanze geografiche. L'artigianato tradizionale rappresenta la storia e l'identità delle nazioni, la tradizione e la cultura dei territori, l'arte che fa grandi i Paesi, la sintesi perfetta tra le conoscenze e le competenze maturate nei secoli e un "saper fare" che esprime l'unità e i caratteri delle comunità locali. Sono aspetti che caratterizzano un'attività produttiva il cui valore va ben oltre il significato economico, poiché incarna i valori fondamentali dei popoli e delle nazioni e ne rappresenta la storia. La sua importanza non risiede tanto nella manifestazione culturale di sé, bensì nella ricchezza di conoscenza e competen-





ze che vengono trasmesse da una generazione all'altra. L'artigianato e i mestieri artigianali sono in continua evoluzione, in particolare in relazione alla realtà digitalizzata in cui viviamo. In passato e oggi sempre di più, l'artigianato è patrimonio culturale da salvaguardare nonché motore di crescita economica, in grado di attuare un cambiamento nel fare produttivo ed elevare la qualità dei prodotti. L'importanza e il crescente interesse per l'artigianato nel mondo contemporaneo è sottolineato dalle numerose realtà (eventi, aziende, brand) che sempre più promuovono e sostengono l'unicità e la sostenibilità del saper fare artigianale.

3.0

**Il progetto:
Trame d'Italia**

3.1

Casi studio

Titolo: La Grammatica dei Tessuti

Autore: Michela Finaurini

Editore: Gribaudo

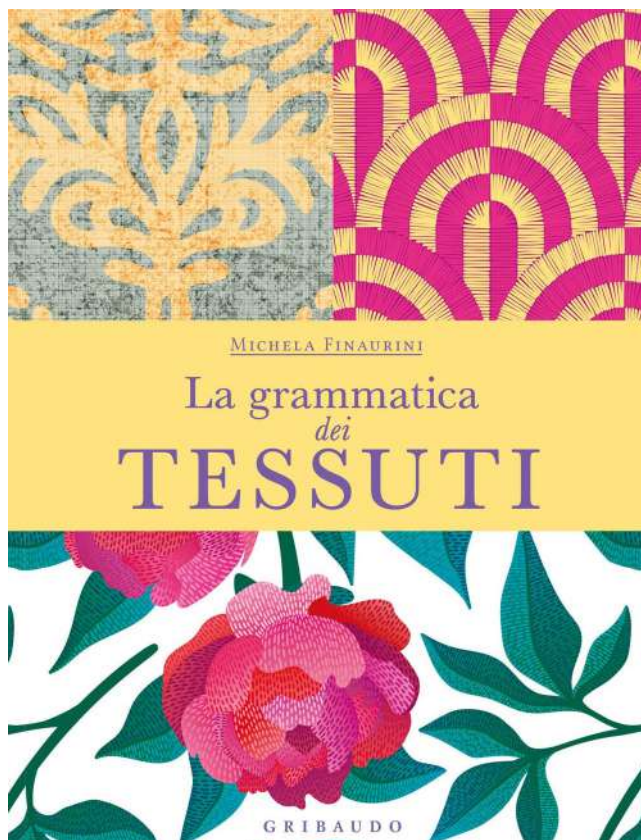
Anno: 2022

Descrizione

Il volume esplora il mondo dei tessuti come linguaggio vivo, intrecciando storia, miti e tecniche artigianali per rivelarne l'essenza sensoriale e culturale. Il testo esamina le fibre tessili a partire da elementi sensoriali e attraversa tecniche quali la filatura manuale con ruota antica, le tinture, le stampe e le origini delle materie prime. Particolare attenzione è dedicata ai miti delle tessitrici e alle lavorazioni specialistiche come i velluti double-face, i tappeti e le sete. Il telaio viene presentato come strumento simbolico del destino femminile, mentre il tessuto è interpretato veicolo di identità sociale e status. Il libro si distingue per il ricco apparato illustrativo e per un approccio narrativo fluido, che lo rende particolarmente efficace nell'indagine delle tradizioni artigianali.

Rilevanza per il progetto

Il volume collega l'artigianato tessile ai territori di origine, alla sostenibilità culturale e alla riscoperta di una dimensione slow della produzione. L'opera fornisce strumenti concettuali per la tutela dei saperi immateriali contro le falsificazioni industriali e risulta utile per i capitoli dedicati alle tecniche artigianali, al patrimonio culturale immateriale e alla contemporaneità, con particolare enfasi sull'unicità regionale e sulla trasmissione dei saperi.



Titolo: Il design del tessuto italiano. Dal déco al contemporaneo.

Il tessuto stampato

Autori: Vittorio Linfante, Massimo Zanella

Editore: Marsilio Arte

Anno: 2023

Descrizione

Il volume traccia la storia del tessile stampato italiano dal 1900 a oggi, intrecciandola con l'evoluzione del Made in Italy e con le dinamiche tra moda e design. Curato da un art director tessile (Linfante) e da uno storico dell'arte (Zanella), si distingue per un apparato visivo opulento con oltre 500 illustrazioni inedite provenienti da archivi privati. L'opera esplora le tecniche di stampa (manuale, a rulli, serigrafica, digitale) e le influenze culturali e politiche che hanno attraversato il settore tessile italiano dal déco al contemporaneo. Vengono analizzati pattern rivoluzionari, il contributo di stilisti e le ibridazioni con artisti contemporanei. Il tessuto viene interpretato come mezzo di emancipazione femminile, auto-espressione e indicatore di status sociale, con particolare focus su centri produttivi storici come Comerio, Schio e Como.



Rilevanza per il progetto

Il testo risulta particolarmente pertinente in quanto documenta come i distretti territoriali abbiano plasmato un design tessile unico e riconoscibile. L'opera fornisce strumenti per comprendere la tutela dei saperi immateriali e la promozione di modelli produttivi slow fashion sostenibili in opposizione all'omologazione industriale. Gli esempi regionali, dal déco agli ibridi contemporanei, offrono un repertorio visivo e concettuale utile per i capitoli dedicati alla storia dell'industria tessile, all'innovazione e alla valorizzazione territoriale.

Titolo: Il Grande Telaio. Storie e segreti della manifattura tessile italiana

Autore: Chiara Beghelli

Editore: Luiss University Press

Anno: 2024

Descrizione

Il volume si configura come un viaggio narrativo nelle pieghe del tessile italiano, svelando storie, geografie e innovazioni che vanno oltre la dimensione strettamente produttiva della filiera. Il testo funziona come “libro-mappa” delle vie della seta, del lino, del cotone e del nylon, tracciando un percorso che attraversa gesti antichi di origine greca, tradizioni rinascimentali, macchinari ottocenteschi e tecnologie hi-tech sostenibili basate su biomassa.

Vengono esplorati luoghi dimenticati musei e cotonifici riconvertiti, evidenziando le eccellenze territoriali e la riscoperta del patrimonio tessile italiano come elemento identitario e culturale.

Rilevanza per il progetto

Il volume lega la manifattura tessile a territori specifici e contribuisce alla tutela dei saperi immateriali tramandati nel tempo. L'opera promuove una visione di slow innovation in opposizione alla dispersione delle conoscenze artigianali, con particolare focus su sostenibilità e tradizioni regionali reinterpretate in chiave contemporanea. Il format “libro-mappa” offre inoltre uno spunto metodologico per la costruzione di una collana editoriale territoriale.



Titolo: Italia su misura. 100 selected atelier

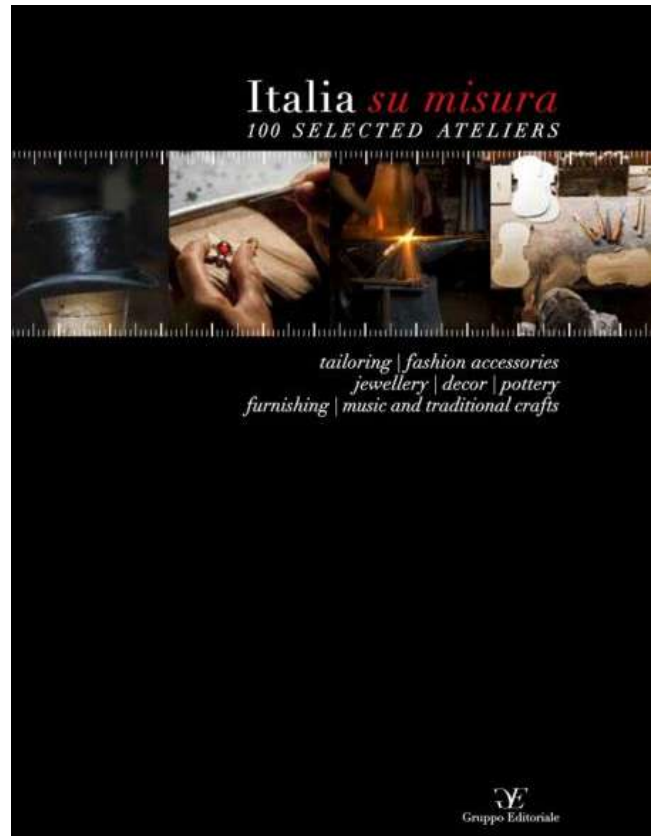
Curatori: Gruppo Editoriale, Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte, OmA Osservatorio dei Mestieri d'Arte

Fotografie: Dario Garofalo

Anno: 2015

Descrizione

Il volume si configura come una guida illustrata che mappa 100 botteghe e atelier d'eccellenza artigiana distribuiti su tutto il territorio italiano. L'opera valorizza il "saper fare" come patrimonio culturale in opposizione alla serialità industriale, attraverso un apparato fotografico curato da Dario Garofalo che cattura mani, gesti e processi dei maestri artigiani. La selezione comprende atelier da Nord a Sud, includendo le isole, operanti in settori quali tessuti, ceramica, gioielleria, sartoria, vetro, mosaico e ferro battuto. Ogni atelier è presentato attraverso schede dettagliate che includono storie, indirizzi e descrizioni delle lavorazioni uniche su misura. Visivamente ricco, il testo funge da punto di partenza per la riscoperta di botteghe vive e operative.



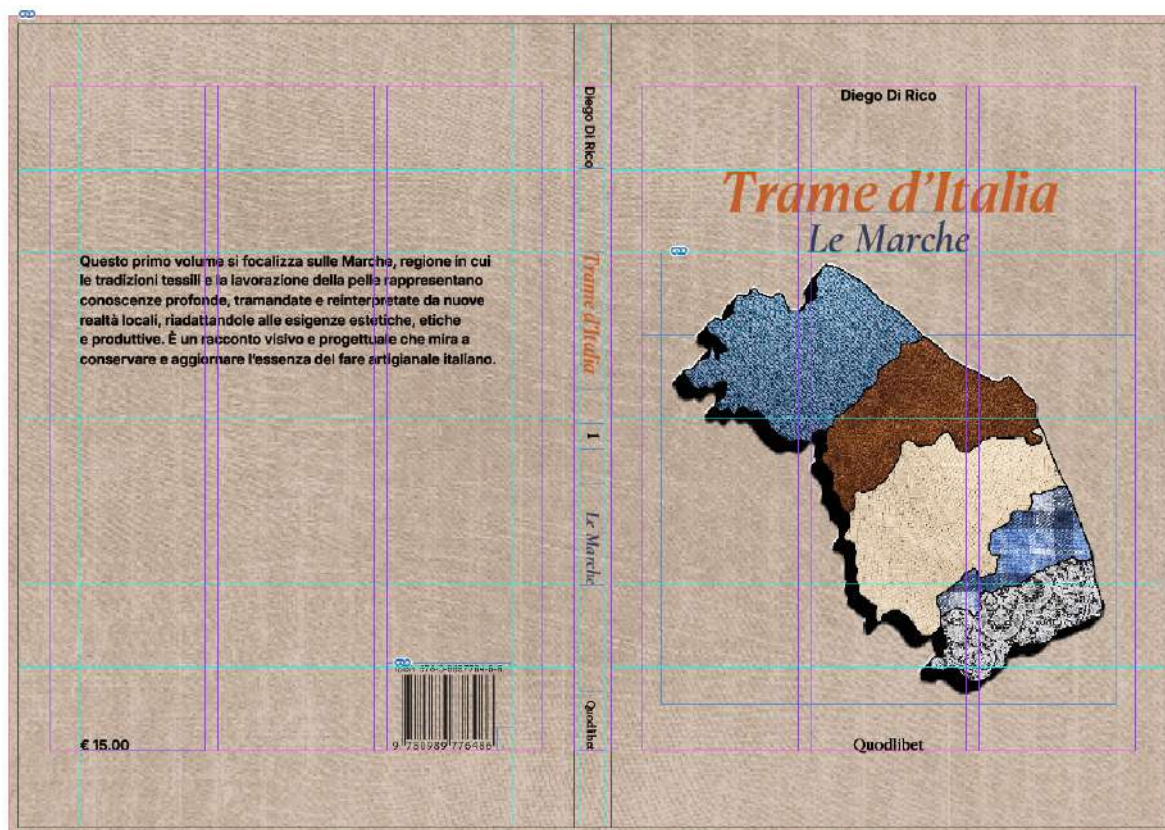
Rilevanza per il progetto

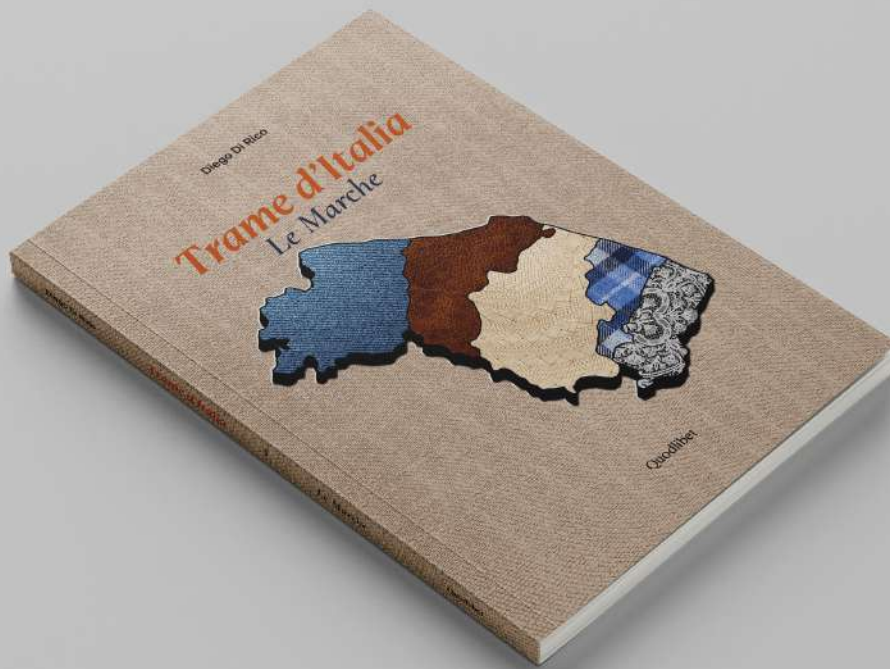
Il volume documenta atelier tessili regionali come espressione di patrimonio immateriale da tutelare, legando territorio, tramandamento generazionale e slow design sostenibile in opposizione all'omologazione produttiva. Gli esempi pratici forniti offrono un modello concreto di mappatura e valorizzazione artigianale utile per la costruzione della collana editoriale. Il formato e la dimensione "guida" suggeriscono inoltre strategie comunicative efficaci per rendere accessibile il patrimonio artigianale a un pubblico ampio e internazionale.

3.2 Artefatto progettuale

La prima di copertina è caratterizzata dal titolo della collana editoriale “Trame d’Italia” (Canela, Medium Italic, c. 50) e dal sottotitolo, che specifica la regione del volume della collana, in questo caso “le Marche” (Cormorant Garamond, Semibold Italic, c. 40). Nella parte superiore è presente il nome dell’autore (Inter, Semibold, c. 14), mentre nella parte inferiore la casa editrice (Canela, Regular, c. 14). Nella quarta di copertina sono presenti, un campo di testo introduttivo sulla tematica (Inter, Semibold c. 13), il codice a barre e il prezzo ipotetico del volume. Sul dorso sono presenti, a partire dall’alto, autore (Inter, Medium c. 12), titolo

collana (Canela, Medium Italic c. 18), numero del volume della collana editoriale (Canela, Regular c. 20), sottotitolo volume (Cormorant Garamond, Semibold Italic c. 18) e casa editrice (Canela, Regular c. 10). L’intera copertina presenta una grafica monocromatica, con texture simil tessuto e nella prima di copertina è presente una grafica della regione a cui è dedicato il volume, suddivisa nelle proprie province texturizzate con i materiali tessili principali della regione.



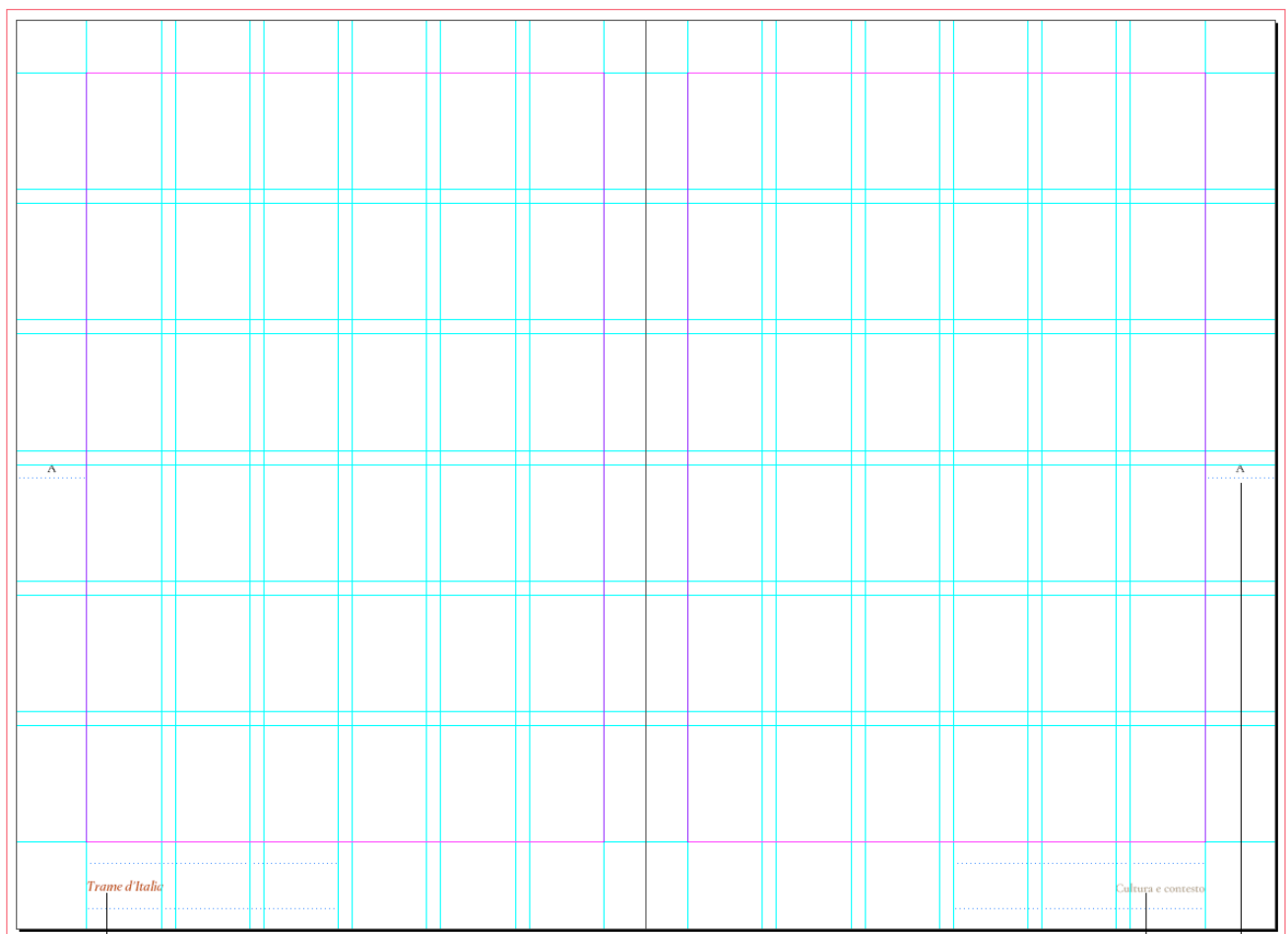


3.3 Il layout

Il volume è composto da un totale di 144 pagine. Il formato della pagina è di 180x260 mm (doppia pagina 360x260 mm). La griglia è composta da 6 colonne e 6 righe con lo spazio intercolonna di 4 mm.

Margini
Superiore 15 mm
Inferiore 25 mm
Interno 12 mm
Esterno 20 mm

Abbondanza
3 mm



Trame d'Italia

Cultura e contesto

Canela, medium italic,
c. 10

Cormorant Garamond,
semibold, c. 10

Cormorant Garamond,
regular, c. 10

			
34 St. Ippolito Zanone, Castelluccio S.A.N.O.	La storia produttiva delle Marche è fatta di comunità, botteghe, famiglie e imprese che hanno creato una forte identità locale, basata sul valore del lavoro manuale e sulla trasmissione dei saperi. Qui la manifattura non è solo economia, ma anche cultura; un patrimonio che si vede nei paesaggi rurali, nella struttura dei paesi e nella memoria collettiva. Fin dal Medioevo, i mestieri artigiani sono stati un motore di sviluppo, grazie ai materiali locali come paglia, pelli e fibre naturali, e agli scambi con le città-stato del Centro Italia. L'artigiano marchigiano si distingue per la sua versatilità tecnica, dalla sartoria più raffinata alla produzione di oggetti d'uso quotidiano, sempre attento alla funzionalità e alla durata. Nel Novecento, questi saperi sono diventati veri distretti produttivi, aree specializzate in grado di creare filiere complete, dalla ricerca dei materiali alla lavorazione, prototipazione, produzione industriale e distribuzione.	Lami, Narni, Norcia e Orvieto	35 La forza dei distretti sta nell'integrazione tra artigianato e industrie, in un continuo scambio tra tradizione e modernità. Tra questi, il distretto calzaturiero del fermano-maceratese è oggi uno dei poli più importanti d'Italia. In questa zona, marchi di fama internazionale convivono con piccole botteghe di alta artigianalità. A Tolentino, la lavorazione artistica della pelle e del cuoio ha portato a una produzione famosa per borsa e pelletteria, simbolo di un lusso discreto e artigianale. Questa tradizione antica oggi si apre al design contemporaneo e alla ricerca di materiali più sostenibili. Accanto a queste attività, continuano a vivere arti legate al tessile e alle fibre naturali. La tessitura a licetti, diffusa nel maceratese, mantiene metodi tramandati da generazioni con telai manuali. A Offida, il merletto a tombolo rappresenta un'eleganza raffinata e legata alla cultura femminile del lavoro domestico.
Trame d'Italia			La manifattura marchigiana

			
40 Max Maurici, proprietario dell'Antica Bottega di Vini	e asciugato, il modellino mantiene perfettamente la forma desiderata. L'arrivo del bambù e di altre varietà asiatiche (rattan, malacca, manao, manila) ha segnato una svolta decisiva. Mogliano amplia così la sua produzione e conquista nuovi mercati. Lo stile intrecciato diventa simbolo di autenticità artigianale italiana. Dietro a ogni oggetto c'è un sapere che ha richiesto dedizione e sacrificio. Gli artigiani moglianesi, lavoratori instancabili capaci di giornate di oltre diciotto ore, hanno costruito un'identità produttiva unica, ma senza tuttavia possedere piena consapevolezza del valore culturale del loro lavoro. Tuttavia, la mancanza di tutela, l'eccessiva concorrenza interna e la corsa al ribasso dei prezzi hanno portato a una crisi profonda, il costo del prodotto finito è arrivato a non coprire nemmeno quello della materia prima. Di conseguenza, tra gli anni Novanta e Duemila, il distretto si ridimensiona drasticamente: botteghe chiuse, tradizioni sull'orlo della scomparsa, un patrimonio tecnico affidato a pochi custodi.	Andrea Innocenti, Vini, Mosti e Acque	40 Negli ultimi anni, Mogliano riscopre la propria vocazione. Il mondo del design e della moda cerca qualità, autenticità e processi sostenibili, proprio per questo marchi internazionali scelgono Mogliano per riportare in Italia collezioni intrecciate. Allo stesso tempo, alcune aziende locali rivendicano orgogliosamente la propria autorialità. Oggi il distretto è tornato un laboratorio fertile, capace di coniugare tradizione e innovazione e di unire produzione locale e mercato globale. Gli oggetti intrecciati moglianesi continuano a raccontare un rapporto profondo con la natura e la manualità. Sono manufatti che portano l'impronta di chi li ha creati: la pazienza del gesto, la precisione delle mani, la memoria di un luogo. In un mondo che industrializza tutto, l'intreccio di Mogliano resiste. Rimane un atto culturale e creativo, un'arte viva che ha ancora molto da dire al design contemporaneo.
Trame d'Italia			La manifattura moglianesa

3.4 Font e colori

Font di primo livello

Canela
medium italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
.,? '!0123456789

Font di secondo livello

Inter
regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
.,,:? '!£0123456789

Font di secondo livello

Inter
italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
.,,:? ' ! £ 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Font di secondo livello

Inter
medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
.,,:? ' ! £ 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Font di secondo livello

Inter
medium italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
.,,:? ' ! £ 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Font di terzo livello

Cormorant Garamond
regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
.,,:?'"£0123456789

Font di terzo livello

Cormorant Garamond
medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
.,,:?'"£0123456789

Font di terzo livello

Cormorant Garamond
medium italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
.,,:?'"£0123456789

Font di terzo livello

Cormorant Garamond

semibold italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
.,;:?'!£0123456789



C 20%
M 70%
Y 90%
K 5%



C 90%
M 75%
Y 40%
K 30%



C 30%
M 30%
Y 40%
K 5%

3.5

Pagine tipo



Canela, medium italic,

Canela, medium italic, c. 48
interlinea 48 pt

Canela, medium italic,
c. 33, interlinea 34 pt

Cormorant Garamond,
medium, c. 9

Il merletto a tombolo offidano

Nel panorama dell'artigianato marchigiano, il merletto a tombolo di Offida è tra i patrimoni più preziosi e identitari. Questa lavorazione, oggi riconosciuta anche fuori dall'Italia, ha origini antiche, comparve alla fine del XV secolo usata per decorazioni sacre e domestiche. Nel Seicento si diffuse soprattutto grazie alle monache del convento di San Marco, che lo insegnarono alle giovani locali, facendo diventare un mestiere ciò che era una pratica domestica. Il tombolo divenne una risorsa economica, molte famiglie vivevano della vendita dei manufatti, apprezzati nei mercati locali e da committenti in tutta Italia.

Il merletto a tombolo offidano è una tessitura senza base tessile, creata solo intrecciando i fili. Si lavora su un cuscino cilindrico, il tombolo, seguendo un disegno fissato con un cartoncino forato, il "busso" e numerosi fuselli in legno. Gli spilli mantengono la geometria, mentre le mani dell'artigiana muovono i fuselli, che possono andare dalla dozzina fino a un centinaio, a seconda della complessità. L'esecuzione lenta e precisa rende ogni pezzo unico e irripetibile. Il repertorio decorativo del merletto di Offida è ricco; dai motivi floreali e geometrici alle figure naturalistiche e ai simboli come la farfalla, emblema di leggerezza. Nel tempo sono nati molti tecniche e punti, che creano contrasti, rilievi o trame sottili, unendo rigore

e fantasia. Questa varietà ha rinnovato la lavorazione, usato prima solo per corredi e ornamenti, oggi il merletto trova spazio anche nella moda, nella gioielleria e nel design, mantenendo sempre la sua delicatezza. Le merlettaie si distinguono per la capacità di combinare diversi punti, ognuno con caratteristiche uniche.

Lavorazione merletto a tombolo



La manifattura marchigiana

Tracce d'Italia

Inter, regular, c. 11
interlinea 15 pt

3.6

Mockup











36 Principali tradizioni e mestieri manuali marchigiani

L'artigianato d'intreccio è un altro segno distintivo del territorio. A Mogliano si tramandano le lavorazioni di vimini, giunco e bambù, un sapere nato nelle campagne che oggi si ritrova in borse e design d'interni. Nei comuni di Montappone e Massa Fermana, invece, la tradizione della paglia, sviluppata nel Settecento, è diventata un'eccellenza mondiale, da questa zona arriva quasi tutta la produzione italiana di cappelli.

In tutta la regione, musei, associazioni e scuole del saper fare lavorano per proteggere questo patrimonio, non come una reliquia da conservare, ma come una risorsa viva da reinterpretare per rispondere alle esigenze di oggi.

Oggi la manifattura marchigiana si confronta con la moda internazionale, adottando design contemporaneo, sostenibilità e innovazione tecnica. Ma non perde mai ciò che la rende unica: l'identità del territorio, le mani che lo trasformano e la cultura che continua a creare valore.

Trame d'Italia

La tessitura a liccetti maceratese

Tra le tecniche artigianali più importanti delle Marche, la tessitura a liccetti occupa un posto di rilievo. Questa antica lavorazione risale al Medioevo, tra il XIII e il XIV secolo, e si è sviluppata nell'Appennino umbro-marchigiano. Con questa tecnica si creavano decorazioni figurative stilizzate direttamente sull'ordito, trasformando ogni tessuto in un oggetto ricco di storie. I manufatti realizzati con questa tecnica arricchivano il corredo nuziale delle giovani sposi: lenzuola, asciugamani, tovaglie, arazzi, coperte e tendaggi, simboli di cura domestica e prosperità. Anche se non si può attribuire con certezza la sua origine a una sola zona d'Italia, molti documenti d'archi-

Doraglie del teatro, l'ordito



La manifattura marchigiana

Il merletto a tombolo offidano

Nel panorama dell'artigianato marchigiano, il merletto a tombolo di Offida è tra i patrimoni più preziosi e identitari. Questa lavorazione, oggi riconosciuta anche fuori dall'Italia, ha origini antiche, compare alla fine del XV secolo usata per decorazioni sacre e domestiche. Nel Seicento si diffuse soprattutto grazie alle monache del convento di San Marco, che lo insegnarono alle giovani locali, facendo diventare un mestiere ciò che era una pratica domestica. Il tombolo divenne una risorsa economica, molte famiglie vivevano della vendita dei manufatti, apprezzati nei mercati locali e da committenti in tutta Italia.

Il merletto a tombolo offidano è una tessitura senza base tessile, creata solo intrecciando i fili. Si lavora su un cuscino cilindrico, il tombolo, seguendo un disegno fissato con un cartoncino forato, il "busso" e numerosi fuselli in legno. Gli spilli mantengono la geometria, mentre le mani dell'artigiana muovono i fuselli, che possono andare dalla dozzina fino a un centinaio, a seconda della complessità. L'esecuzione lenta e precisa rende ogni pezzo unico e irripetibile.

Il repertorio decorativo del merletto di Offida è ricco: dai motivi floreali e geometrici alle figure naturalistiche e ai simboli come la farfalla, emblema di leggerezza. Nel tempo sono nati molti tecniche e punti, che creano contrasti, rilievi o trame sottili, unendo rigore

e fantasia. Questa varietà ha rinnovato la lavorazione, usato prima solo per corredi e ornamenti, oggi il merletto trova spazio anche nella moda, nella gioielleria e nel design, mantenendo sempre la sua delicatezza. Le merlettate si distinguono per la capacità di combinare diversi punti, ognuno con caratteristiche uniche.

Lavorazione del letto o tombolo



La manifattura marchigiana



48 Alex Masini, proprietario dell'azienda Intreccio Vivo

e asciugato, il modellino mantiene perfettamente la forma desiderata. L'arrivo del bambù e di altre varietà asiatiche (rattan, malacca, manao, manila) ha segnato una svolta decisiva. Mogliano amplia così la sua produzione e conquista nuovi mercati. Lo stile intrecciato diventa simbolo di autenticità artigiana italiana. Dietro a ogni oggetto c'è un sapere che ha richiesto dedizione e sacrificio. Gli artigiani moglianesi, lavoratori instancabili capaci di giornate di oltre diciotto ore, hanno costruito un'identità produttiva unica, ma senza tuttavia possedere piena consapevolezza del valore culturale del loro lavoro. Tuttavia, la mancanza di tutela, l'eccessiva concorrenza interna e la corsa al ribasso dei prezzi hanno portato a una crisi profonda, il costo del prodotto finito è arrivato a non coprire nemmeno quello della materia prima. Di conseguenza, tra gli anni Novanta e Duemila, il distretto si ridimensiona drasticamente: botteghe chiuse, tradizioni sull'orlo della scomparsa, un patrimonio tecnico affidato a pochi custodi.

Trame d'Italia



Azienda Intreccio Vivo, Mogliano



49

Negli ultimi anni, Mogliano riscopre la propria vocazione. Il mondo del design e della moda cerca qualità, autenticità e processi sostenibili, proprio per questo marchi internazionali scelgono Mogliano per riportare in Italia collezioni intrecciate. Allo stesso tempo, alcune aziende locali rivendicano orgogliosamente la propria autorialità. Oggi il distretto è tornato un laboratorio fertile, capace di coniugare tradizione e innovazione e di unire produzione locale e mercato globale.

Gli oggetti intrecciati moglianesi continuano a raccontare un rapporto profondo con la natura e la manualità. Sono manufatti che portano l'impronta di chi li ha creati: la pazienza del gesto, la precisione delle mani, la memoria di un luogo. In un mondo che industrializza tutto, l'intreccio di Mogliano resiste. Rimane un atto culturale e creativo, un'arte viva che ha ancora molto da dire al design contemporaneo.

La manifattura moglianesa

Il distretto di Tolentino

La storia di Tolentino affonda le sue radici in un passato antico, plasmato da stratificazioni culturali e produttive che ne hanno definito l'identità. Fondata dai Piceni intorno al IX secolo a.C., la città sopravvisse integra alla conquista romana, mantenendo una continuità territoriale e sociale che ne avrebbe guidato l'evoluzione nei secoli successivi. Le prime testimonianze più ricche risalgono al Medioevo, quando, dopo l'anno Mille, Tolentino iniziò ad assumere un ruolo sempre più rilevante nell'area marchigiana. Nel 1166 divenne Comune autonomo, avviando la costruzione della cinta muraria e di nuove chiese, elementi simbolici e strutturali di un'economia locale in crescita.

Dopo un lungo periodo storico poco documentato, Tolentino tornò al centro dell'attenzione alla fine del XVIII secolo, quando nel 1797 Napoleone Bonaparte e papa Pio VI siglarono il celebre Trattato di Tolentino, atto che sancì importanti concessioni della Chiesa al generale francese. Pochi anni più tardi, nel 1815, le campagne tolentinati furono teatro dello scontro tra le truppe austriache e l'esercito di Gioacchino Murat, re di Napoli. Una battaglia che molti storici considerano il preannuncio dei futuri moti risorgimentali. Ma fu soprattutto l'evoluzione economico-produttiva a definire il carattere moderno di Tolentino.

→ Volontari del paese di Tolentino.

→ CFC, Camera del Commercio, Tolentino.org.it



Trame d'Italia

Trame e culture

Il distretto calzaturiero fermano-maceratese

Il distretto calzaturiero fermano-maceratese rappresenta uno dei fulcri produttivi più significativi del Made in Italy, un sistema industriale nato da una lunga tradizione artigianale e sviluppatosi, nel corso del Novecento, attraverso un modello economico flessibile e profondamente legato al territorio.

Fino al secondo dopoguerra, le Marche erano caratterizzate da un'economia prevalentemente agricola, fortemente condizionata dal sistema mezzadriale.

Un assetto rurale che, se da un lato limitava la crescita industriale, dall'altro gettava le basi etiche e culturali della futura imprenditorialità locale.

La crisi della mezzadria, accelerata dall'introduzione della meccanizzazione agricola, dai cambiamenti sociali e dalle nuove dinamiche demografiche, portò nel 1964 al divieto dei nuovi contratti mezzadrili, liberando risorse, competenze e spirito di iniziativa che confluirono nelle attività manifatturiere nascenti.

In questo contesto prese forma il cosiddetto "modello



Trame d'Italia



Calzaturificio

marchigiano", fondato non sulla grande industria ma su una rete di piccole e medie imprese a conduzione familiare, unite da valori condivisi come la laboriosità, l'etica del lavoro e del risparmio, la cooperazione e la naturale propensione al mettersi in proprio.

Questo tessuto sociale compatto si integrò con una progressiva specializzazione territoriale, dando origine ai distretti industriali: sistemi socio-produttivi basati sulla coesione comunitaria, sul sapere tecnico diffuso e sulla collaborazione tra aziende formalmente indipendenti ma unite da un obiettivo comune.

Tra questi, il distretto calzaturiero fermano-maceratese, con poli storici a Montegranaro, Sant'Elpidio a Mare, Monte Urano e Monte San Giusto, è quello che più di tutti ha saputo trasformare un'antica tradizione locale in un punto di riferimento internazionale.

Cuore e calzatura

Saperi antichi, linguaggi nuovi

Questo ultimo capitolo è dedicato all'analisi di laboratori e realtà aziendali della regione Marche che hanno fatto delle tradizioni artigianali e manifatturiere del territorio il proprio bagaglio imprenditoriale, reinterpretandole in chiave contemporanea. Si tratta di progetti che non si limitano a preservare tecniche storiche, ma le rinnovano attraverso un dialogo costante con il presente, integrando nelle loro pratiche produttive attenzioni verso tematiche ecologiche, etiche e di circolarità.

Lo spazio è riservato soprattutto a iniziative che, pur giovani, si pongono l'obiettivo ambizioso di tramandare antichi saperi utilizzando nuove tecnologie di produzione e strategie di comunicazione. Attraverso questo approccio, tali realtà operano un duplice movimento, da un lato rendono omaggio al patrimonio immateriale e culturale marchigiano, dall'altro ne favoriscono la riscoperta presso pubblici più ampi e diversificati.

In un momento storico in cui il valore del Made in Italy rischia di essere svilito da logiche produttive standardizzate, questi progetti restituiscono dignità e riconoscibilità al lavoro artigianale, dimostrando che tradizione e innovazione non sono termini opposti, ma dimensioni complementari di una stessa identità territoriale.

Trame d'Italia



Tradizione e contemporaneità



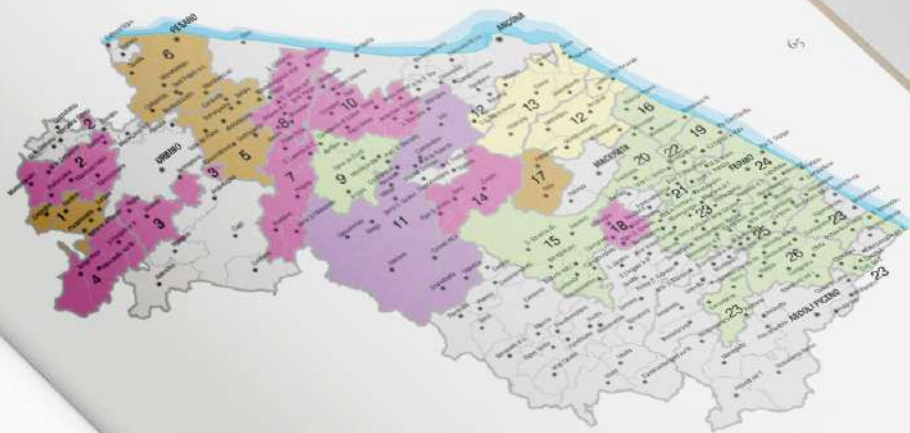
I distretti industriali marchigiani

CLASSE SPECIALIZZAZIONE

- Legno - mobile
- Tessile - abbigliamento
- Pelli, cuoio, calzature
- Meccanica
- Altre

- Limite distrettuale
- 1 Piantameleto
- 2 Sassocorvaro
- 3 Urbania
- 4 Sant'Angelo in Vado
- 5 Fossombrone
- 6 Pesaro
- 7 Pergola
- 8 Mondolfo
- 9 Serra de' Conti
- 10 Ostra
- 11 Fabriano
- 12 Recanati
- 13 Osimo
- 14 Cingoli
- 15 Tolentino
- 16 Civitanova Marche
- 17 Treia
- 18 Urbisaglia
- 19 Porto Sant'Elpidio
- 20 Monte San Giusto
- 21 Monte San Pietrangeli
- 22 Montegranaro
- 23 Montegiorgio
- 24 Fermo
- 25 Montefiore dell'Aso
- 26 Offida





65

Casale e calzature

Fonte: Regione Marche, Elaborazioni
a cura della RAI - Informazioni Territo-
riali e Ambientali e Beni Paesaggiali
- Anno 2009

Il distretto di Tolentino

La storia di Tolentino affon-
dato antico, plasmato da
produttive che ne han-
Fondata dal Piceni
sopravvisse inter-
do una contin-
guidato l'ev-
testimoni-
do, de-
ruo-

Bibliografia

BEGHELLI, Chiara, *Il grande telaio. Storie e segreti della manifattura tessile italiana*. Luiss University Press, Roma 2024.

DE MARCHI, Dafne, *Artigianato contemporaneo? Racconto di viaggio tra fisico e digitale*. Politecnico di Milano, Milano 2021.

FINIZIO, Gianluca, *L'innovazione tecnologica nel settore tessile*. Luiss dipartimento di impresa e management, Roma 2018.

MICELLI, Stefano, *Fare è innovare*, il Mulino, Bologna 2016.

Sitografia

<https://www.euroconsultitalia.it/informazioni/il-settore-tessile-in-italia/>

<https://www.unimpresa.it/artigianato-moda-vale-21-miliardi/66469>

<https://www.contenuti.icribis.com/osservatorio/2023/tessile>

<https://www.truenumbers.it/aziende-tessili-italiane/>

<https://magneticam.it/i-principali-distretti-tessili-italiani-e-globali/>

https://it.wikipedia.org/wiki/Attivit%C3%A0_manifatturiera

https://it.wikipedia.org/wiki/Industria_tessile

[https://www.treccani.it/enciclopedia/l-industria-tessile_\(Il-Contributo-italiano-alla-storia-del-Pensiero:-Tecnica\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/l-industria-tessile_(Il-Contributo-italiano-alla-storia-del-Pensiero:-Tecnica)/)

<https://tolino.it/tessile-artigianale-e-tradizione/>

<https://rencollective.org/moda-sostenibilita-culturale-artigianato-invisibile/>

<https://spiritoartigiano.it/l-artigianato-tradizionale-patrimonio-culturale-immateriale-del-lunesco/>

Ringraziamenti

Innanzitutto ci tengo a ringraziare il professor Sardo per avermi seguito e supportato con rigore e attenzione in questo mio progetto di tesi.

Ringrazio la mia famiglia, in particolar modo mia madre, per avermi permesso e sostenuto in questo mio percorso, spero nonostante tutto di averti reso orgogliosa e fiera di me, per il raggiungimento e il superamento di un'altra soglia importante di vita.

Ci tengo a ringraziare anche tutti gli amici per il supporto e il confronto che ci siamo dati a vicenda, anche se abbiamo preso strade diverse l'essenza dei nostri viaggi è la stessa, vi ringrazio per aver mantenuto in me la motivazione e il desiderio di proseguire al meglio e puntare sempre più in alto.

Grazie anche a tutte le persone incontrate in questi anni universitari, a partire dai miei coinquilini Sara e Guido, non potevo desiderare di meglio è stata una fortuna avervi e vi auguro il meglio. A Giulia, per avermi regalato esperienze e ricordi memorabili e per ricordarmi che la vita nonostante tutto può ancora essere presa con spensieratezza. In particolare un grazie speciale va a Beatrice, per avermi supportato in questo viaggio, a ogni progetto ideato, creato e sviluppato insieme, sei come una sorella ormai, se oggi sono qui è soprattutto grazie a te e questo mio traguardo è anche tuo.



S A A D

Scuola di Ateneo

Architettura e Design "Eduardo Vittoria"

Università di Camerino

Università degli studi di Camerino
Scuola di Ateneo Architettura e Design "E. Vittoria"
Corso di Laurea in Disegno Industriale e Ambientale
A.A. 2024 / 2025

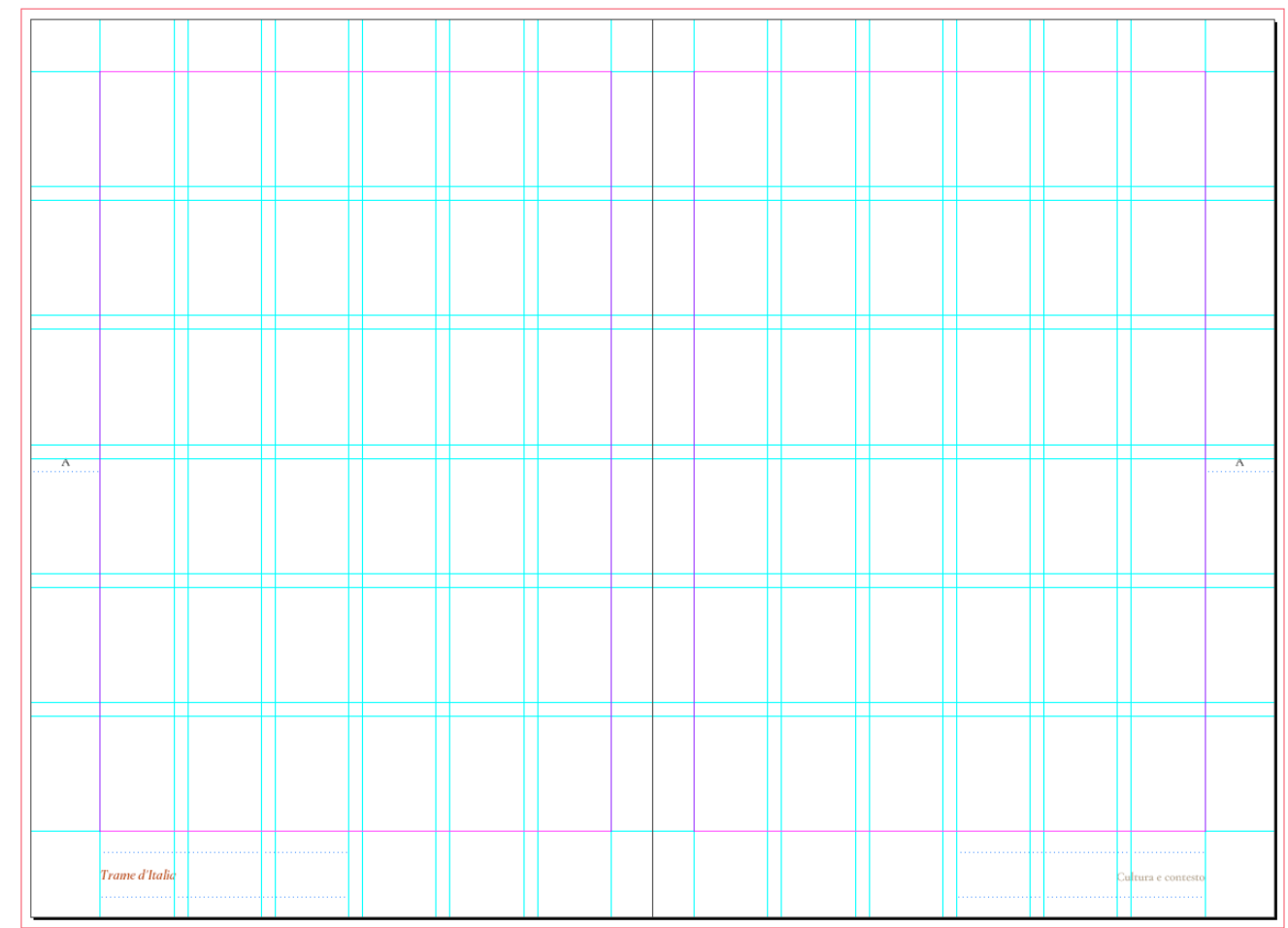
Progetto di tesi di laurea di Diego Di Rico
Relatore: Nicolò Sardo

Manifattura tessile e saperi artigianali tra tradizione e contemporaneità

Progetto grafico di una collana editoriale

PROGETTO

LAYOUT



Formato: 180 x 260 mm

Griglia: 6 colonne x 6 righe
spazio intercolonna 4 mm

Margini: superiore 15 mm inferiore 25 mm
interno 12 mm esterno 20 mm

Abbondanza: 3 mm



Canela, medium italic

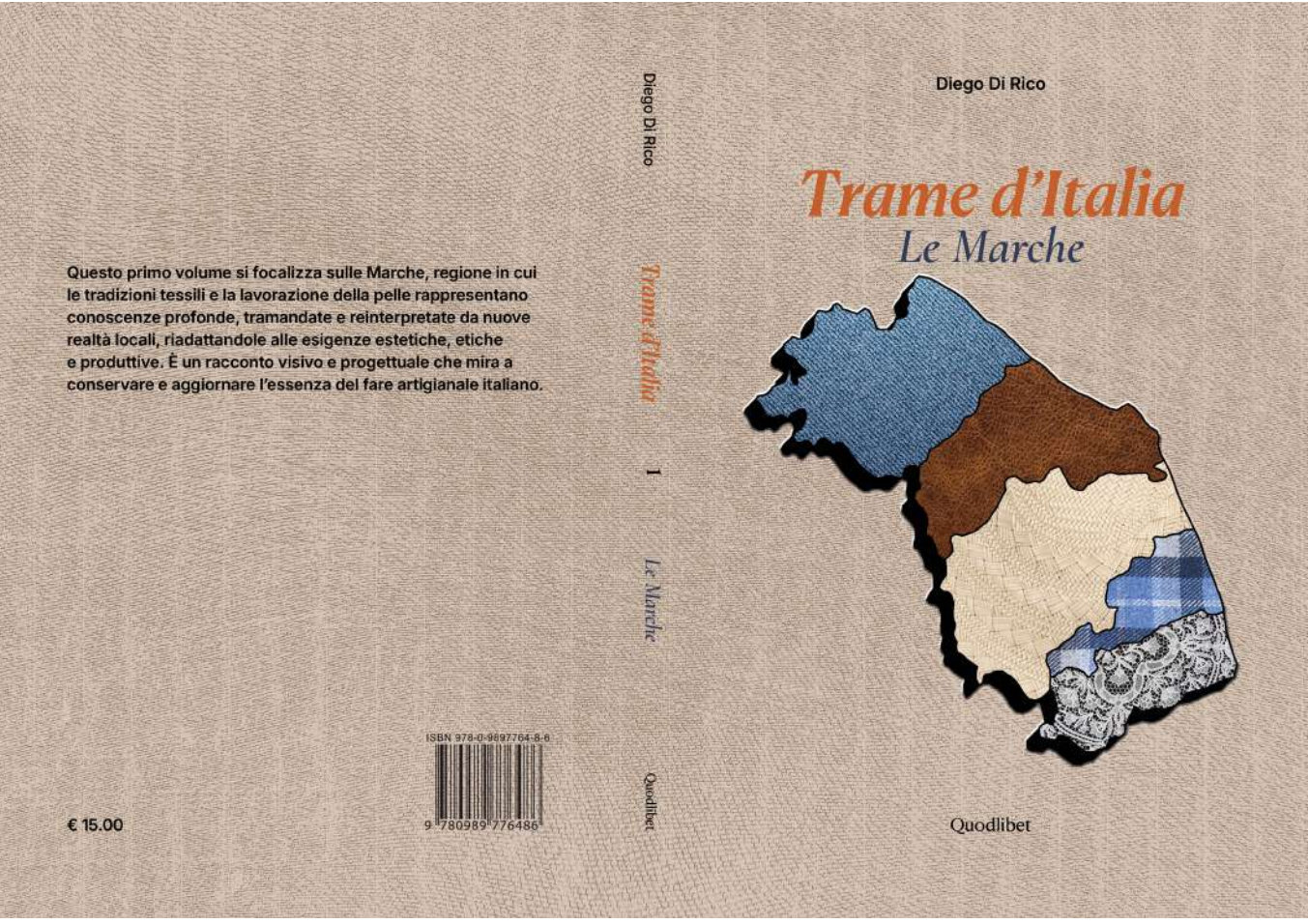
Canela, medium italic, c. 48
interlinea 48 pt



Canela, medium italic, c. 10

Cormorant Garamond, semibold, c. 10

COPERTINA



Titolo: Canela, Medium Italic, c. 50

Sottotitolo: Cormorant Garamond, Semibold Italic, c. 40

Autore: Inter, Semibold, c. 14

Casa editrice: Canela, Regular, c. 14

PAGINE TIPO



Canela, medium italic, c. 33, interlinea 34 pt

Inter, regular, c. 11
interlinea 15 pt



Cormorant Garamond, medium, c. 9

Cormorant Garamond, regular, c. 10

FONT

Canela
medium italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
.,:?'!0123456789

Inter
regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
.,:?'!0123456789

Inter
italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
.,:?'!0123456789

Inter
medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
.,:?'!0123456789

Inter
medium italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
.,:?'!0123456789

Cormorant Garamond
medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
.,:?'!0123456789

Cormorant Garamond
medium italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
.,:?'!0123456789

Cormorant Garamond
semibold italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
.,:?'!0123456789

COLORI

	C 20% M 70% Y 90% K 5%		C 90% M 75% Y 40% K 30%		C 30% M 30% Y 40% K 5%
--	---------------------------------	--	----------------------------------	--	---------------------------------

Manifattura tessile e saperi artigianali tra tradizione e contemporaneità

ELABORATO

Progetto grafico di una collana editoriale

