

LE DONNE E QUEL NODO AGLI UOMINI



di Serena Brivio



LA STORIA DI UN'AZIENDA IN ROSA CHE PRODUCE INTERNI PER CRAVATTE ED ESPORTA NEL MONDO. TATÀ STOPPANI: «MIO PADRE SOSTENEVA CHE UN'AZIENDA SI REGGE SOPRATTUTTO SUL CAPITALE UMANO, DIFFICILE DA CREARE, FACILE DA DISTRUGGERE. COME HA SBAGLIATO NEL LASCIARE SCOMPARIRE TANTE COMPETENZE CHE RAPPRESENTAVANO UN UNICUM»



L'AZIENDA IN ROSA
Lo staff è composto da quindici persone, tredici sono donne e la maggior parte di questa squadra collabora in azienda da molto tempo.

tava frequenti viaggi all'estero per sviluppare una piccola linea di interni. Obiettivo dettato dal cuore: aprire alle tre figlie una strada più adatta a crescere una famiglia.

Tatà ha 21 anni, quando lo affianca in questa avventura. «All'inizio è stato difficile: ero una donna, giovane per di più». Corrono gli Ottanta, ancora non si intravede il dissolvimento di un sistema, il crollo di un prodotto per decenni una delle forze motrici del tessile lariano.

«Se mi guardo indietro, ricordo un'industria fiorente che non aveva eguali. Il distretto dominava il settore. La nostra offerta si basava su quattro-cinque articoli, realizzati in milioni di metri. Ordine minimo: almeno 6 mila pezzi contro i 100 odierni».

La storia è nota. A metà dei Novanta, la devolution del look libera il collo dai legami, mentre crescono i competitor cinesi. La filiera non è in grado di influenzare gli eventi e collassa. Bruno e Tatà Stoppani imprimono una svolta radicale al business. «Ci siamo trovati davanti a una scelta: buttarci sulle produzioni di massa sacrificando margini e mano d'opera o rilanciare alla grande puntando sull'alta gamma e sul mercato globale».

La nuova strategia comporta importanti investimenti nell'au- >>



Se una volta la cravatta era il vessillo del made in Como, oggi cosa resta di questa gloriosa tradizione? «Quella creatività che legittima ancora un'indiscussa leadership. Negli ultimi due decenni i numeri sono crollati sotto i colpi della concorrenza asiatica, decimate le aziende, ma chi è rimasto continua a esportare i nostri valori nel mondo».

Così nasce l'incontro con Tatà Stoppani, chiamata "la signora" nell'universo del nodo, ancor oggi saldamente in mani maschili.

Genitori giusti, studi giusti, carattere deciso, ha timonato tra i marosi della crisi la BestTie, specializzata nella produzione di interni per cravatte. Un vanto per il territorio: è una delle quattro cenerentole dell'Occidente rimaste sul mercato a continuare un'attività capitalizzata dall'ex celeste Impero.

Secondo l'imprenditrice, è stato l'avvento del casual wear e del Friday wear (quando le più importanti multinazionali hanno dispensato manager e impiegati dall'abbigliamento formale il venerdì e poi anche gli altri giorni) a segnare il declino di questo accessorio.

«Ma io dico che la cravatta non è morta. Continua ad avere i

«L'innovazione e l'alta tecnologia ci hanno permesso di valorizzare l'apporto del capitale umano risorsa indispensabile ed unica per il successo di ogni azienda»

suoi più variegati estimatori. Piace sempre di più ai giovani, che la indossano in modo disinvolto, con i jeans».

Elegante, dinamica, Tatà concilia il piglio di ferro con un approccio sorridente. Madre attenta e lavoratrice instancabile, ha accettato un destino che poi è diventato una passione.

«Finito il Setificio, sono andata a perfezionare le lingue all'estero. Al ritorno, per mio padre era scontato che entrassi in azienda».

Apprezzato creatore di tessuti per cravatteria, all'apice del successo Bruno Stoppani decise di lasciare un lavoro che compor-



STRATEGIE
L'interno della cravatta
deve valorizzare il tessuto.
Il segreto è studiare l'articolo
più adatto a ogni trama.



tomazione. Precisissimi tavoli a conveyor e avanzati sistemi di stesura sostituiscono l'obsoleto taglio a trancia con fustelle. L'implementazione e l'ammodernamento portano alla sostituzione dei vecchi telai con Vamatex Leonardo di ultima generazione in grado di garantire qualità eccelsa dimezzando i costi. Tessuti di pura lana o misti con filati innovativi sostituiscono quelli sintetici di minor pregio, vengono introdotti finissaggi ecologici.

Flessibilità e velocità di esecuzione, asset di BestTie consentono di evadere just in time il 99 per cento degli ordini.

«L'alta tecnologia ci ha permesso anche di valorizzare l'apporto umano - spiega Tatà - sempre più concentrato sul controllo scrupoloso di ogni pezzo venduto».

Nel giro di poche stagioni il portfolio clienti acquisisce le più celebri griffe, Hermès tanto per citarne una, e diventa il punto di riferimento dei migliori cravattai internazionali. Attualmente, l'export rappresenta il 90% del fatturato.

La gamma diventa più ampia. Si fa leva su un servizio custom-made, a misura del committente.

Misure non standardizzate per i patiti della cravatta sublime. «A noi non viene mai svelato il nome dell'utente finale - continua Tatà - il carnet è fitto di richieste destinate a un circolo ristretto di dandy raffinati, piuttosto che a noti personaggi della politica, della finanza e dello star system».

La costante ricerca si svolge in un laboratorio digitale a forma di cubo e rivestito da pannelli in COR-TEN bullonato, nella zona industriale di Albavilla.

Accanto all'ingresso, la sala vendite ospita una serie di collezioni che vanno a definire quel senso di home-feeling, per-

cepibile nell'intera fabbrica. Souvenir di viaggi si mescolano a libri, ritratti, memorabilia come la serie di elefanti ereditati dal nonno paterno Andrea Stoppani, console italiano a Singapore. Appese a una parete fiammeggianti cravatte di cartone, piccoli capolavori di manualità recuperati tra i materiali di un archivio dismesso.

Sul tavolo, in bella mostra alcuni nodi Friends, oggetti unici realizzati con scampoli di lana e seta acquistati in giro per il mondo: doppia punta, cuciture a mano, al posto del solito passante un nastrino di seta giapponese.

Al tatto quasi non si sente l'anima di questi nastri di stoffa, hit regalo per pochi amici.

«L'interno deve valorizzare il tessuto - spiega la donatrice/designer - Il nostro segreto è studiare l'articolo più adatto a ogni trama».

Visitando i reparti, si capisce come queste creazioni nascano da un continuo interscambio di esperienze e professionalità. Lo staff è composto da 15 persone, 13 donne. La maggior parte di questa squadra "in rosa" collabora da molto tempo. Come Rita, addetta al taglio, 30 anni passati in BestTie.

«Faccio un sacco di chilometri per venire al lavoro, mi è capitato di trovare dei posti vicino a casa, ma ho sempre lasciato perdere. Qui, c'è dialogo e un rispetto reciproco dei ruoli: mi sento una persona e non un ingranaggio».

Tatà coglie la palla al balzo e commenta: «Mio padre sosteneva che un'azienda si regge soprattutto sul capitale umano, difficile da creare, facile da distruggere. Come ha sbagliato tiro, lasciando che scomparissero tante competenze che rappresentavano un unicum». ■