

# MILANO UNICA IN PASSERELLA, LA SOSTENIBILITÀ

La tessitura made in Italy ha chiuso il 2018 a 7,95 miliardi di euro (+0,8%). Cresce la sensibilità sui temi ambientali

di **Giusi Ferré**



### Svolte

Ercole Botto Poala, presidente di Milano Unica: solo le aziende che ridurranno gli sprechi e accresceranno la sostenibilità ce la faranno

**M**omento di bilanci e di incontri, Milano Unica, il salone del tessile italiano dedicato all'autunno/inverno 2020/2021, che si è tenuto dal 9 all'11 luglio a Rho Fiera Milano, è anche il momento dedicato alla progettualità e all'innovazione. Elementi portanti di un settore che non è soltanto filati e tessile, ma un modello particolare di società, economia e cultura dal quale nascono le nostre Smart City, caratterizzate da un circolo virtuoso di manualità, arte e bellezza che contraddistinguono anche Biella, candidata all'Unesco per farne parte con altre eccellenze italiane.

Spiega Ercole Botto Poala, presidente di Milano Unica: «Bisogna essere folli, o almeno ossessionati, per continuare a occuparsi di questo settore, che richiede continuamente cambiamenti totali per i quali siamo sempre in ritardo. E mentre stiamo parlando di sostenibilità, dobbiamo già intervenire sulla trasformazione digitale».

Lanciato nel 2017, il Progetto Sostenibilità — che Botto Poala riassume con una frase di sicura efficacia «Dobbiamo essere trasparenti e rivelare l'impatto ambientale» — in questa edizione del salone contava già oltre 150 aziende espositrici (su

465), che hanno presentato 1.004 campioni (+40 per cento) dell'allestimento riservato a questo tema. «Questa adesione ha superato le nostre migliori aspettative — aggiunge il presidente — ma sentiamo di avere una responsabilità nella salvaguardia del pianeta, che ci consente di dare nello stesso tempo una risposta concreta alle nuove responsabilità espresse dal mercato».

### Intese

Anche per questo è stato firmato un accordo con la Camera nazionale della moda che prevede la partecipazione di Milano Unica al green carpet di settembre durante la Fashion week, dove verrà premiato anche il giovane stilista che abbia saputo interpretare creativamente una moda più sostenibile. Da questa scelta strategica, che coinvolgerà la generazione Z, sensibile alla ricerca delle soluzioni green o preferibilmente blue (obiettivo zero emissioni di CO) dipende lo stato di salute generale del settore.

Secondo i dati elaborati dal Centro studi Confindustria moda, la tessitura made in Italy, che assomma laniero, cotoniero, serico e a maglia, ha concluso il 2018 con un fatturato complessivo di 7,95 miliardi di eu-



Stile  
Un modello  
realizzato  
con i tessuti  
dei saloni  
del Tessile  
Italiano

ro: +0,8 per cento migliorando le stime di inizio anno che ipotizzavano un -0,3 per cento.

Nell'arco dei dodici mesi, l'export totale ha segnato un risultato di poco superiore ai 4,3 miliardi di euro. Mentre le importazioni hanno registrato una flessione di -5,7 per cento, attestandosi a 1,9 miliardi di euro. Un dato soddisfacente, quindi, visto che la tessitura concorre al 24,8 per cento al saldo commerciale della filiera tessile-moda nel suo complesso, circa 9,8 miliardi di euro?

Ercole Botto Poala è prudente e premette: «Soltanto le aziende che saranno pronte a ridurre gli sprechi e ad accrescere la sostenibilità potranno sopravvivere». Conclusione: «Il primo trimestre 2019 ha registrato sia una flessione dell'attività produttiva interna sia del commercio con l'estero. La tessitura ha visto un calo produttivo del

**Le nuove frontiere sono il controllo della filiera e delle materie prime che i mercati richiedono sempre più spesso**

-3,5 per cento. Un trend negativo simile a quello delle esportazioni (-2,3 per cento) e delle importazioni (-2,4 per cento). Una sostanziale immobilità che riflette quella dell'economia italiana».

Ma questa è l'occasione per lavorare anche sulla trasformazione digitale, che coinvolgerà aziende e produzione «per unire all'eccellenza italiana che si distingue per qualità, stile e design — sottolinea il direttore generale dell'Agenzia Ice Roberto Luongo — anche le caratteristiche di controllo della filiera e delle materie prime che, sempre più spesso, i mercati richiedono». Una caratteristica rimasta solo in Italia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Il gruppo Pattern debutta sul listino Aim: obiettivo creare un polo I prototipi delle maison pronti a sfilare in Borsa

«**U**n polo italiano della progettazione e produzione di capi sfilata: è il progetto per il quale da tre anni ci prepariamo alla quotazione che si concretizzerà, contiamo, il 17 luglio», anticipa a *L'Economia* Luca Sburlati, ceo di Pattern, l'azienda che ha presentato a Borsa Italiana la domanda di ammissione alle negoziazioni delle proprie azioni ordinarie sull'Aim Italia.

Progettazione e produzione capi sfilata ovvero, come spiega Sburlati, «dall'idea degli stilisti creiamo i cartamodelli, i prototipi e quindi la modellistica fino ai capi che sfileranno sulle passerelle: un lavoro che mette assieme sapienza artigianale italiana a nuove frontiere tecnologiche: dal 3D agli ultrasuoni».

Il gruppo Pattern è infatti una delle più grandi realtà internazionali indi-

pendenti per capacità di progettazione e modellistica dedicata alle prime linee e punto di riferimento dei più prestigiosi brand internazionali di alta moda.

«Lavoriamo con maison che sfilano a Milano, Parigi, Londra e New York», continua Sburlati, che è anche azionista di minoranza del gruppo fondato a Torino nel 2000 da Fulvio Botto e Francesco Martorella.

Dopo esperienze come modellisti presso case di moda, Botto e Martorella decidono infatti di avviare un loro progetto nel campo della progettazione delle collezioni per i grandi brand di alta mo-

da. «Poi, nel 2017, con l'obiettivo di consolidare il percorso di crescita, Pattern ha acquisito il controllo di Studio Roscini, società umbra specializ-

zata nel campo della modellistica delle linee donna. Oggi infatti con 160 dipendenti e fatturato superiore ai 44 milioni, oltre al quartier generale torinese per la produzione uomo, conta una seconda sede a Spello in Umbria per la donna, e un piccolo sito più operativo vicino a Pinerolo», continua Sburlati, che è appena rientrato dal road show pre-quotazione che è seguita da Banca Imi Intesa Sanpaolo come global coordinator. Road show che ha toccato Francia, Regno Unito, Svizzera e Spagna.

«L'obiettivo è di aggregare dopo lo sbarco a Piazza Affari altre realtà concorrenti, come abbiamo già fatto con Roscini, per creare un unico grande polo italiano della progettazione e produzione dei capi sfilata».

Anche se poi il gruppo Pattern «con un'ebitda pro-forma al 31 dicembre 2018 di 5,4 milioni di euro, con un Ebitda margin del 12,3% e risultato netto pro-forma di 3,5 milioni di eu-



### Vertici

Luca Sburlati, amministratore delegato del gruppo e azionista di minoranza

ro più che triplicato rispetto al 2017 che si attestava a un milione di euro e una posizione finanziaria netta 2018 positiva per quattro milioni euro, vuole dire anche altre attività: un marchio proprio di abbigliamento».

Già il gruppo possiede anche il brand Esemplare di cui è proprietaria dal 2014 dedicato all'*urbanwear*, con una distribuzione all'ingrosso.

«Esemplare per la nostra attività *core business* di prototipia per sfilate è una sorta di palestra di sperimentazione delle novità, penso appunto all'impiego degli ultrasuoni nella fase di realizzazione di alcuni capi», completa Sburlati.

Il futuro? «Sarà anche un progetto di sostenibilità che abbiamo avviato da anni ormai — conclude Sburlati —. Prima della certificazione Elite di Borsa italiana nel 2018, a conferma dell'attenzione ai temi ambientali, sin dal 2015 pubblichiamo un bilancio annuale di sostenibilità e perseguiamo l'iniziativa From Red to Green Carpet il cui obiettivo sarà rendere l'azienda sostenibile e a impatto zero sull'ambiente entro il 2023».

Enrica Roddolo

© RIPRODUZIONE RISERVATA



### Fondatori

Fulvio Botto e il socio Francesco Martorella