

L'intreccio conquista il Sol Levante

Manifattura di Domodossola lavora le pelli con tecniche uniche

Uno showroom a Tokyo per diventare uno dei punti di riferimento dei mercati dell'Estremo Oriente. È questa la strategia di Manifattura di Domodossola, azienda attiva nel settore degli intrecciati per pelletteria e arredi dal 1913, che ha appena inaugurato il suo spazio espositivo nel cuore di Akasaka — quartiere esclusivo del lusso, equiparabile al Quadrilatero milanese — per mostrare al mercato nipponico (nel quale il gruppo è presente da oltre 30 anni) l'essenza di un made in Italy che, in quanto a lavorazioni, non trova confronti nel resto del pianeta.

Un'apertura, costata solo di ristrutturazione oltre 250 mila euro, accompagnata anche da progetti di espansione internazionale, visto che l'azienda mira a far passare la sua quota di export dall'attuale 45% al 70% entro il 2020 (il gruppo



Vertice
Giuseppe Polli, guida l'azienda piemontese attiva negli articoli intrecciati

ha chiuso a 9,5 milioni euro il 2015, in crescita del 3,5% sul 2014). «Puntiamo — dice Giuseppe Polli, presidente di Manifattura di Domodossola — a crescere in modo particolare nel segmento dell'interior design nel quale la domanda dei nostri materiali (che variano dal rame al cuoio vegetale, fino ai pellami e alle fibre tessili) continua ad aumentare. Si tratta, infatti, di un mercato ancora tutto da scoprire e che coinvolge tantissimi settori come, per esempio, i jet privati, i grandi alberghi, gli yacht».

Un mercato questo, conquistato

anche grazie alla storia dell'azienda che, agli albori del Novecento, nasce rilevando uno stabilimento specializzato nella produzione di funi per navi, articoli intrecciati e passamanerie. Nuovi macchinari si sono aggiunti anno dopo anno, fino a contarne mille diversi. «Nell'ultimo trentennio — prosegue l'imprenditore — abbiamo sviluppato una produzione artigianale di nicchia destinata alle fasce più alte del mercato, affiancando ai prodotti intrecciati anche articoli realizzati su grandi telai e per i quali investiamo, tra tecnologie e ricerca ol-

Non solo estremo Oriente: tra Cina e Paesi Arabi l'export salirà dal 45% al 70%

tre il 10% del fatturato. Adesso stiamo lavorando col Politecnico per amplificare l'effetto scenografico dei nostri materiali, con l'obiettivo di trovare l'illuminazione giusta per le nostre superfici che mescolano il vetro con il rame».

Una ricerca della perfezione che non solo piace ai mercati stranieri (dal Middle East alla Cina, fino ai Paesi Arabi), ma che attira anche i marchi di moda più blasonati per la consulenza sulle lavorazioni (intrecci, *in primis*) di alcuni materiali che richiedono macchinari specifici per essere lavorati. «Il nostro orgoglio più grande — conclude Polli — è quello di mostrare ai giovani creativi tutti i segreti di queste lavorazioni made in Italy uniche al mondo nel loro genere, aprendo le porte del nostro stabilimento. Ogni anno organizziamo Intreccincantiere, concorso rivolto agli studenti di moda, arte e design che possono utilizzare i nostri intrecci per realizzare dei prodotti finiti: dalla pelletteria all'abbigliamento, fino alle calzature».

CARLOTTA CLERICI