



# IL PRODOTTO NUDO

di Roberta Paolini

È la tendenza dei mercati mondiali creare oggetti di grande versatilità. Da vestire, su misura. Che si tratti di un abito, di un mobile, di una scarpa, di una casa, di un gioiello, di una compilation musicale. L'imperativo categorico è personalizzazione. L'oggetto non è più un numero in una catena produttiva, ma un prodotto "sartoriale", piegato alle esigenze ed ai desideri di chi lo utilizzerà.

E in questo mega-trend mondiale l'artigianalità potrebbe assumere un nuovo ruolo. Perché carica di significati di unicità, originalità, irripetibilità ogni prodotto, che così diventa unico. Come chi lo indossa. Questa è la magia del tailor made. Ed è il motivo per cui il prodotto sartoriale attraversa in maniera trasversale tutte le facce del lusso, dal top gamma a quello accessibile. "Ma non si tratta solo di customizzare - spiega Marco Bettiol - l'artigianalità dà un supplemento d'anima al prodotto, lo rende caldo, lo arricchisce di una semantica emozionale che è la vera differenza tra un prodotto semplicemente personalizzato, uscito da una macchina e un oggetto che racconta una storia. Umanizzato dalla fatica di chi l'ha prodotto".

Ma oltre alla qualità l'artigiano deve essere in grado di trovare sentieri nuovi. "Le strade sono due - continua Bettiol - c'è la costruzione del nome, cioè identificare nelle produzioni il proprio microbrand, il proprio carattere distintivo. Come avviene per alcuni fortunati esempi che hanno fatto scuola. Penso ad un capostipite come Alessio Tasca, anche se qui parliamo di livelli diversi. Ma anche a Massimo Lunardon Ci sono artigiani dotati di qualità produttive incredibili che restano sconosciuti, devono riuscire a costruirsi un link con i designers internazionali". La seconda via da percorrere è quella di inserirsi in filiere di alto livello. "Penso ai maestri artigiani che lavorano per i vari Luis Vuitton, Dior, Gucci. L'artigiano è anche colui che è capace di inserirsi nelle grandi filiere internazionali con funzioni critiche particolari, come il controllo della qualità o è colui che aiuta il designer a trasformare il bozzetto in oggetto" continua Bettiol.

Bottega Veneta ha un'intera area del suo sito dedicata alle mani degli artigiani in cui sono caricati filmati che mostrano come nasce una produzione sartoriale di altissimo livello. Partendo dagli intrecciati delle borse, fino alla maestria degli orafi che forgiavano monili firmati Bottega Veneta. La fatica del produrre è diventato un simbolo di alta qualità di un prodotto vivo, unico, caldo. In questi significati del lusso, l'artigiano può veramente giocare la partita del suo rilancio.

Artigianalità è stata la parola d'ordine in tutte le recenti rassegne legate al fatto in Italia. Usciti dalla retorica del made in Italy, il prodotto italiano diventa simbolo di libertà del gusto, di duttilità ai capricci del mercato, come di grandissima qualità, di capacità di saper istruire la materia a prendere la forma della bellezza.

MARCO BETTIOL  
 VENICE INTERNATIONAL UNIVERSITY

