

La Brianza che vende, ma soltanto all'estero E tra i compratori c'è l'Iran

di **Simona Calvi**

La produzione è artigianale e di alta qualità. Per lo più di tradizione familiare. È questo l'identikit delle quattro realtà imprenditoriali made in Brianza presenti alla prima edizione di TheOne Milano.

Pellicceria, tessile e gioielleria. In comune hanno una cosa: la clientela. Che è totalmente estera. «Il mercato italiano è inesistente» dice con un pizzico di amarezza Daniela Canzi della Canzitetex srl, azienda di Sovico nata un secolo fa nel settore della biancheria per la casa e poi "virata" sulla produzione di abbigliamento imbottito in piuma d'oca. Oggi presente in 15 paesi. La crisi del settore ha colpito duramente il

territorio, intensificando l'effetto paradosso dei rapporti con la Cina: concorrente agguerrita sul mercato interno, ma voce in attivo quando si parla di export. Soprattutto nel settore pellicceria con Russia, Usa, Inghilterra, Francia e anche Corea del Sud: «Le condizioni economiche coreane sono simili a quelle italiane» spiega Fabio Gavazzi, titolare di Furco, storica pellicceria seregnesse divenuta nel corso del tempo brand presente sulle passerelle newyorkesi e parigine - il reddito è alto e anche la capacità di acquisto».

Inizia a rivolgersi alla Brianza anche l'Iran, come spiega ancora Daniela Canzi: «Siamo stati contattati più volte e ci stiamo affaccian-



Isabella Galli, creatrice di Isabeau, laboratorio di Concorezzo

do su questo mercato». C'è anche chi fa scelte in controtendenza - «per ragioni etiche» precisa - come Isabella Galli, 36 anni, creatrice del marchio Isabeau, sede a Concorezzo. Designer diplomata alla Scuola orafa ambrosiana, ha deciso di abbandonare i materiali preziosi per dare vita a collezioni in bronzo bagnato in oro. Pezzi unici che conquistano australiani, tedeschi e inglesi. Nel novero dei partecipanti anche Pozzi Group, nato nel 1960 a Bovisio

che oggi conta 50 dipendenti. Produce pelletteria e abbigliamento in materiali pregiati come cachemire e vigogna. Sulle opportunità offerte dagli appuntamenti fieristici, il parere è positivo: «Ci si apre un mondo» dice ancora Fabio Gavazzi. «È fondamentale fare rete - aggiunge Isabella Galli - L'Italia è fatta di tante piccole realtà che non hanno bisogno di guardarsi in cagnesco, ma di presentarsi insieme dando l'idea di un paese serio e competente». Certo, un aiuto dovrebbe arrivare anche dall'alto: «I politici non capiscono - conclude Canzi - meno lavoriamo e meno tasse paghiamo. E meno dipendenti possiamo assumere. C'è bisogno di una maggiore tutela del prodotto italiano».