



Como a Milano Unica. Fattore qualità per la sfida ai mercati

IN FIERA Alta specializzazione e flessibilità produttiva tra le aziende comasche presenti con un proprio stand. Spinta al cambiamento per nuovi spazi commerciali



Serena Brivio



Oggi la terza e ultima giornata di Milano Unica a Rho Fiera

Un clima concreto, operativo, con segnali incoraggianti. A Milano Unica il distretto tessile comasco conferma il proprio ruolo di asse portante della manifattura italiana, puntando su qualità, specializzazione e capacità di adattamento come leve per affrontare una fase di mercato complessa ma tutt'altro che statica.

Dalla camiceria arriva un segnale altrettanto chiaro. Per Mauro Canclini (Canclini 1925) «camicia e cravatta tornano protagonisti», dopo stagioni di marginalità. Cambiano i codici: tinte unite, righe e disegni classici riletti in chiave contemporanea, in linea con quanto visto sulle passerelle milanesi.

Sulla stessa traiettoria Limonta 1893, che presenta una collezione costruita su una trentina di basi tessili tinte in capo. «Un approccio che consente grande libertà creativa e una gestione più efficiente dei processi», spiega Andrea Ponti, sottolineando come la flessibilità produttiva sia oggi un fattore competitivo decisivo.

Il tema dell'internazionalizzazione emerge con forza anche nello stand di Penn Solutions. Federico Colombo annuncia l'avvio di una partnership produttiva in Thailandia: «Una scelta strategica per presidiare il mercato asiatico con tempi di consegna più rapidi e maggiore efficienza logistica».

Sperimentazione

Creatività e sperimentazione restano centrali anche per Lisa, dove Paolo Pagani parla di tessuti «capaci di emozionare», nati da suggestioni trasformate in materia. Sul fronte dei mercati, torna il tema del Mercosur, richiamato anche in occasione dell'inaugurazione della fiera. «È un'area con grande potenziale – osserva Paolo Uliassi di Achille Pinto – soprattutto per beachwear e leisure, ambiti in cui colore e stampa fanno la differenza».

Da Mantero il racconto ruota attorno al concetto di «Eredità». «Ogni tessuto porta con sé una storia e una competenza precisa – spiega Laura Fedriga –. In un contesto sempre più omologato, puntiamo su sete luminose, stampe sofisticate e un immaginario ispirato al jet set internazionale».

Debutto a Milano Unica per Taroni, che sceglie la fiera come piattaforma di posizionamento globale. «Qui si fa sistema – sottolinea Maximilian Canepa –. Presentiamo articoli ad alto contenuto creativo, dalle sete animalier con effetti tridimensionali a lavorazioni complesse pensate per distinguersi».

Il filo conduttore è chiaro: il distretto comasco risponde alle trasformazioni del mercato con competenza, visione industriale e una filiera che continua a rappresentare un unicum nel panorama tessile internazionale. Un patrimonio che, tra tradizione e innovazione, resta uno degli asset più solidi del made in Italy.