

# LA BORSA È UN AFFARE DI FAMIGLIA

Creatività e sapienza artigianale. Sono i segni distintivi di quattro brand di accessori "da intenditori".

Che tramandano l'arte di generazione in generazione

*di Giusi Ferré*



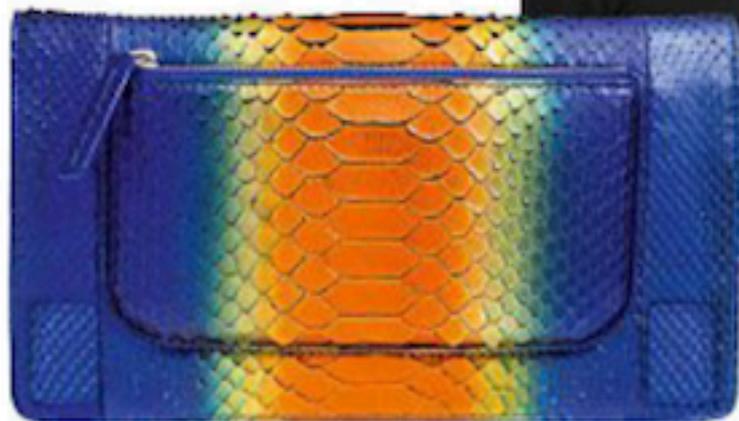
*A sinistra, Alberto Bertoni, la moglie Dorina e i figli Pietro e Gaia. Sotto, borsa di pitone Bertoni 1949.*

**C**HIAMIAMOLO MESTIERE D'ARTE questo disegnare, tagliare, cucire, intrecciare, che dà vita a borse e accessori di straordinaria artigianalità. Espressione di quel saper fare italiano che dovrebbe essere riconosciuto ed esaltato come patrimonio culturale, una capacità istintiva di infondere bellezza a qualità a ogni gesto produttivo. Non è un caso se i marchi da intenditori sono il risultato di un impegno di famiglia, dove i passaggi generazionali vengono risolti in armonia. Così la storia di Bertoni 1949 comincia negli anni difficili ed entusiasmanti della Ricostruzione quando Riccardo Bertoni fonda a Varese un laboratorio di alta pelletteria, con l'obiettivo di confezionare valigie e bauli-armadio utilizzando pellami di



*A destra, la terza generazione della Bianchi e Nardi. Da sinistra: Gabriele Bianchi, Andrea Nardi, Laura Nardi, Alessandro Nardi, Giulia Bianchi.*

*Sotto, un modello della collezione Bianchi e Nardi.*

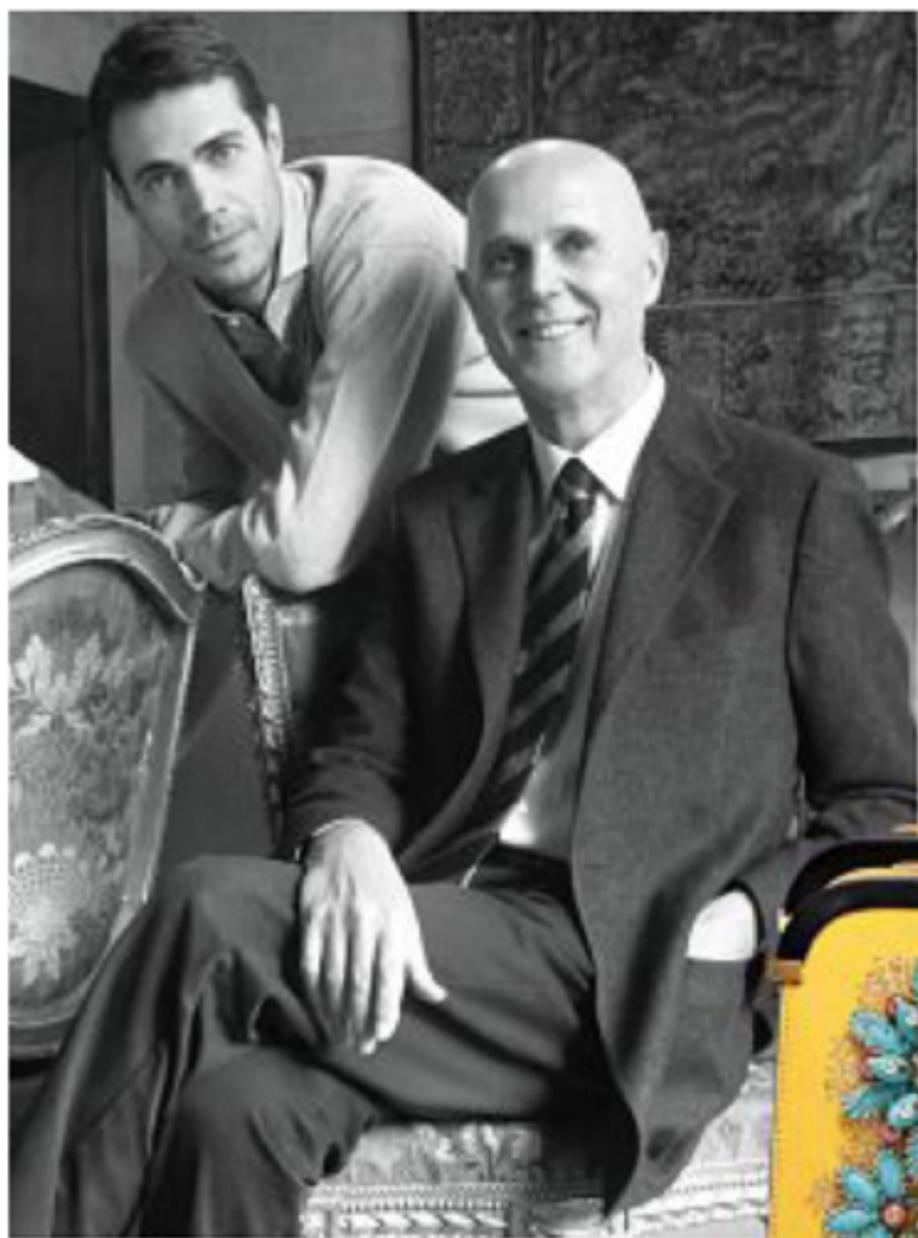


pregio come cocodrillo e alligatore conciato a effetto lucido, il cosiddetto "alligatore agatato" e a effetto seta, o la pelle di capra a pergamena. Sulla strada indicata dal padre continua poi Alberto Bertoni che porta la tradizione nella contemporaneità, impiegando nuovi macchinari e concentrando in azienda tutte le fasi della lavorazione. Compresa la falegnameria per la confezione dei bauli. Il nuovo capitolo è oggi la linea di borse e bagagli luxury in pitone dal design preciso ed evocativo, la cui esuberanza sottolinea il segno grafico del bianco e nero della collezione Heritage. A coordinare il progetto sono i due nipoti del fondatore: Gaia per lo stile e la parte commerciale, e Pietro, che si è specializzato nelle tecniche di produzione e nella ricerca di materiali innovativi.



*A sinistra, Wilma Parmeggiani con i figli Francesco e Francesca. Di fianco, una borsa Parmeggiani della Capsule 4-5, nata per festeggiare l'anniversario dell'azienda.*





*A sinistra, Federico Bano, presidente di Veneziani, e il figlio Andrea, general manager della maison. Sotto, un modello della collezione estiva Veneziani.*



È proprio l'esperienza nel maneggiare e interpretare pelli preziose a caratterizzare un brand come **Parmeggiani**, che compie 45 anni di vita: festeggiati con una capsule speciale – 4.5 – alla quale hanno contribuito cinque giovani *influencers*. Wilma Parmeggiani racconta che fin dall'inizio, nel 1970, quando lei e il marito Franco rilevarono un laboratorio di pelletteria nel centro di Modena, fu chiara la suddivisione dei ruoli. «Mio marito era cresciuto in un'azienda specializzata nel cocodrillo e aveva una competenza. Io ero attenta alla moda e amavo gli oggetti di lusso, senza tempo. Abbiamo continuato seguendo questa tendenza allora quasi abbandonata, ma la coerenza paga sempre». L'ingresso dei figli Francesco e Francesca ha contribuito a estendere all'estero la rete commerciale su mercati lontani come Emirati Arabi, Cina e Australia.

Controcorrente va anche la **Bianchi e Nardi**, nota azienda toscana che nel moderno stabilimento di Scandicci raggiunge la capacità produttiva di 80 mila borse all'anno, con un sofisticato sistema informatico che connette l'azienda alle 24 botteghe dell'indotto. Perché la tecnologia permette di ottenere l'alta qualità, ma ogni borsa deve essere costruita con passione e pazienza. Questa

intenzione comune ha portato la terza generazione a lanciare la Bianchi e Nardi 1946, una collezione di pellami preziosi. Gabriele Bianchi è responsabile amministrativo e Giulia Bianchi dell'ufficio legale, mentre Laura Nardi è presidente e *account manager*, Alessandro si occupa di produzione e Andrea dell'approvvigionamento e qualità delle materie prime. Continuando così a percorrere quel cammino di amicizia avviato dai loro nonni e proseguito dai genitori, che a 60 anni hanno deciso di passare il testimone ai trentenni.

IN QUESTE VICENDE di moda e imprenditoria, di vecchie e giovani generazioni ci piace immaginare anche quella di **Veneziani**, che ai tempi della signora Jole e del suo atelier in via Montenapoleone era uno dei gioielli della moda italiana. È il suo collaboratore Federico Bano che ha avuto, dice, «l'onore di lavorare con lei», a riportare il brand in primo piano. E se l'archivio con gli oltre 15mila pezzi rappresenta la memoria, il suo studio fornisce l'occasione di interpretare questo gusto con una collezione di borse dal lusso estremo, che rielabora con sapienti disegni e ricami. Come sarebbe piaciuto a questa signora dello stile. ●