

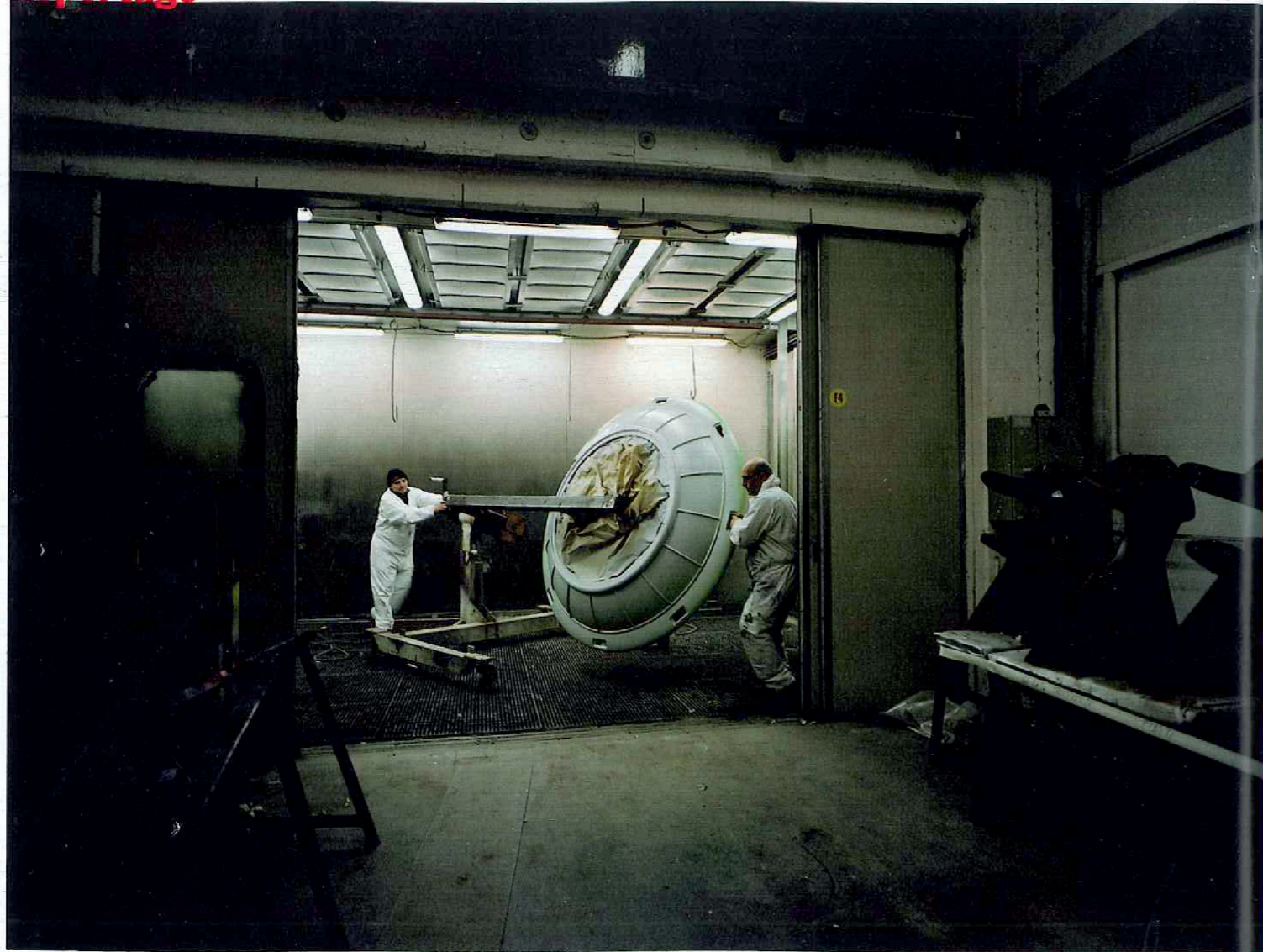
F3

UN OPERAIO SPECIALIZZATO AL LAVORO NELLO STABILIMENTO ZAMPERLA AD ALTAVILLA VICENTINA. IN QUESTI CAPANNONI SI FABBRICANO LE GIOSTRE PER I LUNA PARK DI MEZZO MONDO. E OGNI PEZZO VIENE VERNICIATO A MANO

# QUELL'ITALIA CHE RESISTE

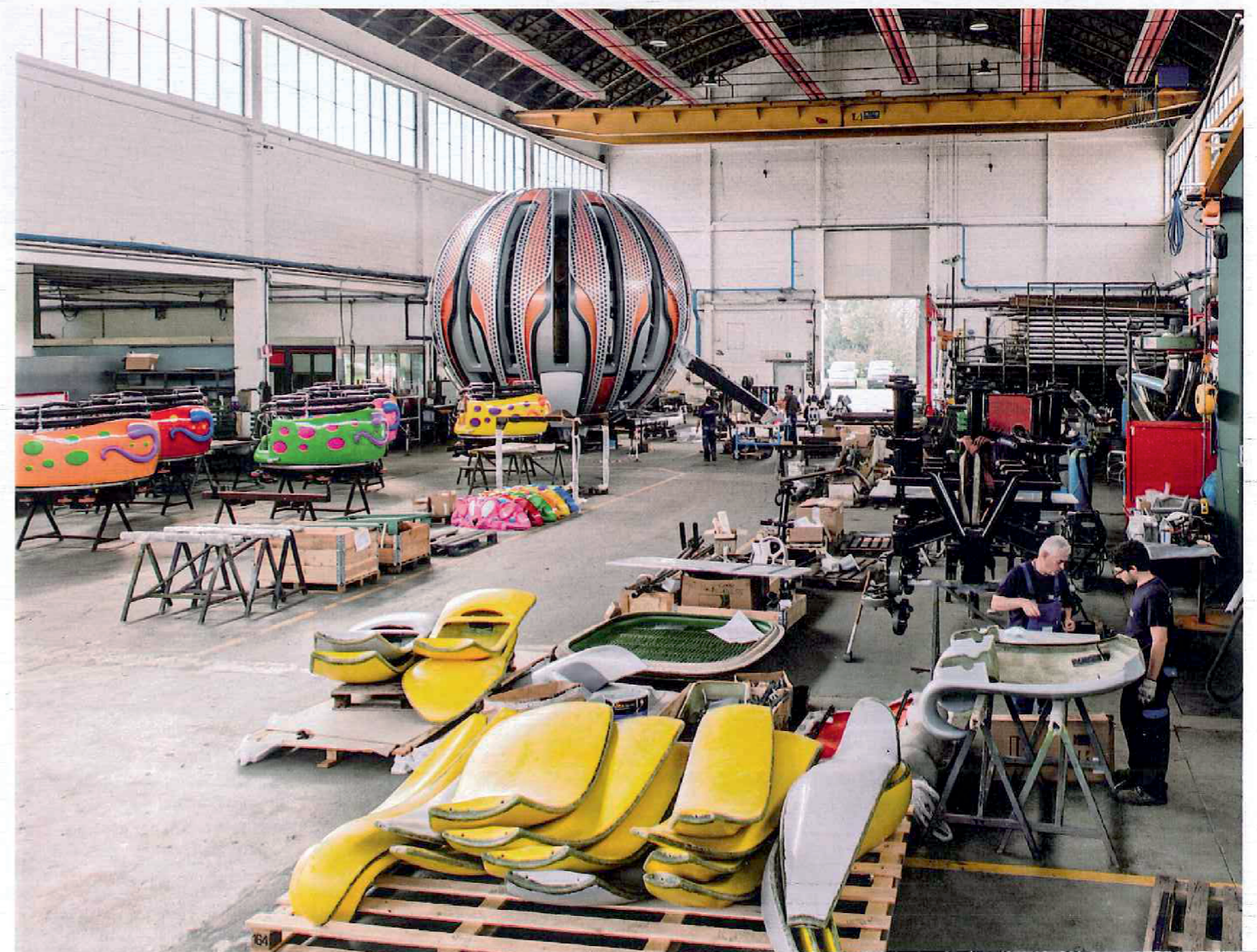
**Piccole e medie imprese. Quasi sempre sconosciute. Ma ad altissimo valore artigianale. E capaci di esportare i loro prodotti in tutto il mondo. Senza mai chiedere aiuto a nessuno. Ecco le loro storie**

DI EMANUELE COEN - FOTO DI LUCA LOCATELLI PER L'ESPRESSO



## Dal Veneto a Coney Island

In questi capannoni della ditta Zamperia di Altavilla Vicentina vengono realizzati i componenti di giostre e attrazioni da luna park destinati a clienti di tutto il mondo: tra gli ultimi, anche la Disney e il parco divertimenti di Coney Island, a New York. In questa pagina: il forno per la verniciatura (in alto) e la prova di montaggio di una giostra per bambini all'esterno dello stabilimento. Nell'altra pagina: un cavallo per una giostra destinata a un parco di Baghdad (in alto) e una zona all'interno dello stabilimento in cui vengono lavorate le parti che saranno poi assemblate





**I**l manichino gigante guarda oltre la vetrata e veglia sulla campagna ferrarese, tra le file di alberi di pere e i campi di mais, come in una fotografia di Luigi Ghirri. Il viaggio nel made in Italy che non t'aspetti comincia qui, a Renazzo di Cento, nel cuore dell'Emilia. Ogni anno, dai magazzini di Bonaveri escono quasi 20mila manichini per oltre 500 clienti. Destinazione: le vetrine più scintillanti del mondo del lusso, da New York a Tokyo: Hermès e Louis Vuitton, Bottega Veneta e Giorgio Armani, Brunello Cucinelli e Valentino. Maison pronte a pagare, in media, 1.200 euro a pezzo. E che coinvolgono l'azienda emiliana in eventi come la mostra sul lavoro e le ispirazioni del grande stilista francese Hubert de Givenchy, al Museo Thyssen-Bornemisza di Madrid fino al 18 gennaio, per cui l'azienda ferrarese ha messo a punto i 90 manichini su cui sono presentati gli abiti. Malgrado il successo internazionale, però, il marchio creato nel 1950 da Romano Bonaveri è più conosciuto all'estero che in patria.

Al di là dei grandi nomi, infatti, il made

in Italy è anche questo: un tessuto formidabile di migliaia di piccole e medie imprese con una forte impronta familiare, che resistono nonostante tutto. Ed esportano la quasi totalità dei loro prodotti ad alto contenuto artigianale, destinando una quota rilevante degli investimenti all'innovazione. Si tratta di un pezzo importante dell'economia nazionale: eppure l'Italia stanza cifre irrilevanti per la promozione delle imprese all'estero. Mentre i nostri competitor, Germania in testa, spendono di più e con maggiore efficienza.

Le imprese della provincia di Ferrara, nel secondo trimestre 2014 hanno registrato un incoraggiante +5,5 per cento nelle vendite all'estero. Dal canto suo, Bonaveri ha uffici di rappresentanza in mezzo pianeta, da Singapore a Londra. E pure una fabbrica a Hong Kong, dove vengono assemblati i manichini per i mercati dell'Estremo Oriente. «Le vendite all'estero rappresentano l'85 per cento del nostro fatturato»,

**L'eccellenza arriva da comuni o frazioni che si chiamano Renazzo di Cento, Altavilla Vicentina, Campo Calabro. È la grande vittoria della provincia**



dice all'ingresso del reparto scultura dello stabilimento Andrea Bonaveri, 52 anni, camicia e pantaloni bianchi, uno dei due figli del fondatore oggi 86enne. Andrea supervisiona le attività del gruppo, che in Italia dà lavoro a 85 persone, mentre il fratello Guido si occupa della progettazione in 3D dei manichini. Nel capannone il colpo d'occhio è notevole: un esercito di corpi slanciati e stilizzati che evocano le figure metafisiche di Giorgio De Chirico e le sculture filiformi di Alberto Giacometti.

Per un'economia ingolfata come quella italiana, l'export è l'unico barlume di speranza. Le vendite all'estero delle imprese italiane continuano a lievitare, malgrado l'embargo commerciale verso la Russia, soprattutto nei Paesi storicamente vicini all'Italia, tra cui gli Stati Uniti. E c'è chi il sogno americano l'ha realizzato perfino in Calabria. Un'anomalia, in una regione con statistiche da brivido: nel 2013 il Pil è sceso del 2,8 per cento (rapporto annuale di Bankitalia), la disoccupazione supera il 22 per cento, tra i giovani schizza al 56 per cento. Sulla costa calabrese affacciata sullo Stretto di Messina c'è un'azienda familiare, Capua 1880, che lavora il bergamotto da più di 130 anni e oggi fornisce il 62 per

cento della produzione mondiale di olio essenziale. Alcuni noti creatori di profumi (Marine Magnier e François Demachy, tra gli altri) dei big dell'industria cosmetica visitano regolarmente i due stabilimenti, tra Campo Calabro e San Gregorio, per scegliere tra 180 oli di bergamotto con note olfattive differenti, provenienti dalle tre tipologie di albero dell'agrume: femminiello, castagnaro e fantastico. «Lavorando sui tempi di raccolta, riusciamo a creare fragranze su misura», spiega l'amministratore delegato, Gianfranco Capua: «Il bergamotto non è una materia prima omogenea, varia in maniera sostanziale a seconda del periodo di raccolta e dell'area in cui è situato il giardino. È come il terroir per il mondo del vino: alcuni clienti hanno individuato le coordinate gps del terreno da cui proviene la frutta, e utilizzano questa informazione come "claim" nelle campagne di marketing per far capire ai clienti il livello di ricerca sugli ingredienti dei profumi». Non a caso, Capua 1880 esporta il 100 per cento degli oli essenziali prodotti.

Dalla Calabria alla Toscana, le aziende del made in Italy puntano all'estero. Si chiama Tuscan Chocolate Valley il triangolo dell'eccellenza dell'arte cioccolatiera ar-



OGNI PRALINA VIENE DECORATA A MANO, NELLA FABBRICA DEL CIOCCOLATO SLITTI A MONSUMMANO TERME, VICINO A PISTOIA. L'AZIENDA NASCE 45 ANNI FA COME TORREFAZIONE DI CAFFÈ, OGGI SI TROVA NEL CUORE DELLA "CHOCOLATE VALLEY" TOSCANA, TERRA DI MAESTRI CIOCCOLATAI TRA FIRENZE, PISA E PISTOIA. SLITTI VENDE PRALINE E TAVOLETTE IN 25 PAESI, DAL QATAR AGLI USA

tigianale italiana, tra Firenze, Pisa e Pistoia. Una cinquantina di aziende di livello internazionale, tra cui Amedei, Pistocchi e Stainer, 300 addetti in tutto. A Monsummano Terme, vicino Pistoia, c'è Andrea Slitti, uno dei più importanti cioccolatieri d'Italia: all'inizio, nel 1969, l'azienda di famiglia era una torrefazione di caffè, oggi dà lavoro a 30 persone ed esporta praline e tavolette in 25 Paesi. Ha già diversi negozi monomarca sparsi tra Cina, Medio Oriente e Australia, a breve ne apriranno uno a Nuova Delhi e il secondo a Shanghai. «Nel mondo c'è grande richiesta di made in Italy, ma vogliono essere sicuri che sia davvero tale, non un falso. I più diffidenti? Gli arabi e, paradossalmente, i cinesi: forse proprio perché vengono dalla patria delle contraffazioni», ironizza Slitti.

Se nella classifica delle province italiane che esportano di più quella di Pistoia occupa il 58esimo posto, quella di Terza ha retto meglio alla crisi. Ora è terza nella graduatoria nazionale, dopo Milano e Torino. Il sogno americano di Alberto Zamperla si chiama Thunderbolt, le montagne russe inaugurate a giugno nel luna park di Coney Island, a Brooklyn, la spiaggia dei newyorkesi. Il tassello conclusivo del progetto affidato cinque anni fa all'azienda di Altavilla Vicentina dall'allora sindaco di New York, Michael Bloomberg, per riportare il parco divertimenti ai fasti del secolo scorso. Zamperla lo gestisce in concessione (fino al 2027) con l'aiuto di 800 addetti, tra italiani e americani. Quella di Coney Island è l'ultima di una lunga serie di attrazioni realizzate in giro per il mondo nell'arco di oltre mezzo secolo, spesso insieme a Disney. Per avere un'idea del personaggio, qualche anno fa Zamperla è riuscito a piantare la Vertical Swing, una giostra gravitazionale con 24 persone

spedite a 33 metri di altezza, nel reattore di raffreddamento nell'ex centrale atomica di Kernwasser, vicino a Düsseldorf, trasformata nel luna park Wunderland Kalkar. A Baghdad, invece, ha costruito il Sinbad Land, raso al suolo durante i bombardamenti contro Saddam Hussein, a Pyongyang è stato chiamato per realizzare un luna park dal dittatore nordcoreano Kim Jong-il. A 63 anni, il re delle giostre realizza il 95 del proprio fatturato fuori dai confini nazionali: 60 milioni previsti nel 2014, 450 dipendenti, una media di 150-180 attrazioni ogni dodici mesi. «Il mio mestiere è il più bello del mondo: far divertire la gente, far vivere un'esperienza, viaggiare», dice entusiasta l'imprenditore vicentino seduto alla scrivania del suo ufficio, tra il via vai di collaboratori, designer e ingegneri. «Domenica parto per Pechino, poi per gli Stati Uniti», racconta l'imprenditore, appassionato di storia e dei romanzi di Marguerite Yourcenar. Da qualche anno Zamperla abita a New York, sulla 57esima strada. Dopo i tanti progetti fuori dall'Italia, adesso l'imprenditore accarezza il sogno di lavorare in patria. Per Cinecittà World, il mega parco tematico dedicato all'universo del cinema, a Roma, l'azienda vicentina ha realizzato diverse attrazioni. Ora l'obiettivo è Venezia, il progetto da 80 milioni di euro, in collaborazione con la Fondazione Università Ca' Foscari, prevede la realizzazione di polo polifunzionale sull'Isola di San Biagio: metà parco divertimenti, metà museo interattivo, vuole raccontare a turisti, residenti e studenti la storia di Venezia e della laguna. Dopo lo scandalo Mose e il commissariamento del Comune, però, il progetto è in stand by. «Sono molto amareggiato, spero si riesca a fare», conclude.

Emanuele Coen