

LA BELLEZZA MADE IN COMO

Artigianato d'eccellenza e nuove strategie di business nel mercato digitalizzato

A CURA DI YLENIA GALLUZZO

Stilista, artigiana e donna che mette una fervida passione in ciò che crea.

Nel 1988, dopo un'esperienza come designer tessile, **Roberta Redaelli** decide di fondare il suo marchio e dà vita alla sua personale visione della moda.

Da subito è forte l'attenzione per i mercati esteri e per le suggestioni di culture lontane, così inizia la sua avventura cosmopolita che la porta a spostarsi dall'Europa all'Asia e al Medio Oriente.

La sua passione e la cura che mette in ciò che fa la spinge sempre a cercare il meglio e questo porta il suo brand, nel tempo, a porsi come emblema di qualità tipicamente *Made in Italy*.

Per i risultati ottenuti il suo brand è stato premiato nel 2011 con il riconoscimento di Eccellenza Artigiana da parte della Regione Lombardia nell'ambito dell'artigianato innovativo. Nel 2012 si aggiudica i due primi premi - Innovazione e Creatività - di Confartigianato Lombardia e della Camera di Commercio. Roberta, cosa significa per lei "eccellenza artigiana" e come la si mantiene nel tempo?

Domanda molto interessante. Per me eccellenza artigiana significa puntare sulla tradizione e il know-how che hanno portato il nostro paese ad essere al primo posto nel mondo in tanti settori, dalla moda alle auto di lusso, dalla cucina all'arte.

Significa puntare sulle persone e sul loro valore, credere che la componente umana non potrà mai essere sostituita dalle macchine, perché verrebbe a mancare l'anima che è ciò che dà vita ad un prodotto di altissimo artigianato. Significa non fermarsi mai ma guardare sempre avanti, al futuro e non avere mai paura di sperimentare e osare.

La tradizione ci dà delle solide radici ma se vogliamo crescere come una pianta rigogliosa





Quali sono, a suo avviso, le nuove strategie digitali da intraprendere nel suo settore?

Difficile dirlo in modo universale, sia perché il mondo dei social è in costante evoluzione e ciò che oggi funziona domani è obsoleto, sia perché ogni azienda ha le proprie peculiarità e i propri punti di forza per cui sicuramente è importante trovare un proprio linguaggio e sperimentare. I fruitori social oggi sono bombardati di contenuti, quindi bisogna trovare la chiave per coinvolgerli, raccontare la storia giusta.

Fondamentale è essere sempre onesti, non mostrare qualcosa solo perché lo fanno tutti, se non è davvero legata al proprio brand e ai propri valori aziendali. Se si veicola un'immagine costruita e fittizia avrà vita breve e la fiducia di chi segue andrà persa.

Noi abbiamo deciso in questi mesi di puntare sull'e-commerce, con una collezione nuova, giovane e "easy-to-wear" composta da pochi pezzi che sono pensati per vestire uomo e donna in modo semplice ma con il dettaglio che fa la differenza.

Non è facile per le piccole aziende ma non è impossibile, basta volerlo e i risultati nel tempo arrivano.

Cosa consiglia a chi si affaccia ora nel mondo dello stilismo e dell'artigianato tessile?

Quello che posso consigliare a chi vuole fare questo mestiere nella vita è di non pensare solo ai guadagni perché non è facile farsi un nome e durare nel tempo: se l'unico motore è quello economico, è meglio dedicarsi ad altro. Per lavorare nella moda e nel tessile servono passione, dedizione, capacità di andare contro corrente e innovare, trovare la propria strada e non copiare quella di altri.

Ma in fondo questo vale per tutti i lavori. Le aziende che nel tempo si sono distinte e sono diventate leader lo hanno fatto perché non sono scese a patti, ma sono rimaste fedeli a se stesse. E se dopo oltre 30 anni la mia azienda è ancora qui e continua a crescere ed evolvere, posso dire che forse mi sono mossa bene anche io con il mio team.



Roberta Redaelli, artigiana e stilista

e sana dobbiamo sempre avere la capacità di innovare e creare cose nuove.

Insomma, l'eccellenza artigiana è come la ricetta perfetta che richiede il giusto mix degli ingredienti e se ne manca solo uno...

Qual è il legame che la intreccia a filo doppio con il territorio comasco?

Il filo che mi lega al territorio comasco è un filo che interseca diversi elementi. Sono nata a Como. E' dove sono cresciuta e dove vivo ancora per buona parte dell'anno (il resto lo passo a casa mia a Ginevra).

Il distretto tessile e serico comasco, ancora oggi una punta di diamante del tessile mondiale. E' dove ho mosso i primi passi della mia carriera come disegnatrice tessile, dove ho imparato a conoscere i materiali, il loro comportamento, le loro peculiarità e reazioni a processi vari come stampa e finissaggio.

Questa esperienza mi ha permesso poi di sperimentare molto come stilista, di osare nel creare un prodotto nuovo che attualmente nessun altro è in grado di realizzare: il processo dinamico brevettato **DINAMI-TECS**.

Possiamo dire che è stata prima la mia "palestra" e oggi è la "culla" della mia attività creativa e produttiva perché è dove ha sede la mia azienda.

Nella storia del suo marchio, la ricerca della bellezza è sempre stata fondamentale. Quanto, questa bellezza, ha a che fare col Made in Italy?

Direi tutto, sinceramente. Da sempre quando si pensa al **Made in Italy** si pensa alla qualità spinta ai massimi livelli, alla bellezza nelle sue forme più pure e ricercare, all'arte e alla storia che hanno fatto del nostro paese un gioiello che tutto il mondo guarda e spesso invidia.

Pensiamo solo a tutta l'arte che il nostro paese ospita, pensiamo a quanto ancora oggi è eterna e intramontabile. Non a caso gli artisti italiani da sempre sono stati chiamati in ogni angolo del mondo per creare le loro opere e ancora oggi ciò avviene, anche con i nostri artigiani-artisti.

Ci parli del suo servizio "Consulenza e immagine aziendale". Che cos'è, come nasce e che sviluppi prevede.

Nel 2014 sono stata chiamata per studiare la nuova immagine dello staff di una notissima azienda leader mondiale nella produzione di Yachts di lusso



e creare divise che non fossero le classiche uniformi ma che alzassero di molto l'asticella della qualità e dell'impatto visivo. A questa prima esperienza ne sono seguite altre come il restyling dell'immagine delle divise del personale di uno dei Palace hotel più belli al mondo, situato sul lago di Como e le consulenze e i servizi per altre realtà del lusso in Italia e all'estero.

Ogni esperienza ha aggiunto un tassello importante a questo servizio di cui vado molto orgogliosa.

Si tratta di un servizio particolare - pensato per aziende che vogliono distinguersi anche a livello d'immagine - che racchiude numerosi passaggi che vanno dai sopralluoghi per capire l'atmosfera e il mood che vuole trasmettere il cliente, al disegno di capi esclusivi, alla ricerca dei materiali migliori, senza dimenticare l'assistenza post-vendita dedicata che garantisce al cliente un controllo da parte nostra a 360 gradi ed è finalizzato a non lasciarlo mai solo.