

BIELLA. IL LANIFICIO COMPIE 130 ANNI E GUARDA AL FUTURO

Il tessuto è una favola a fumetti

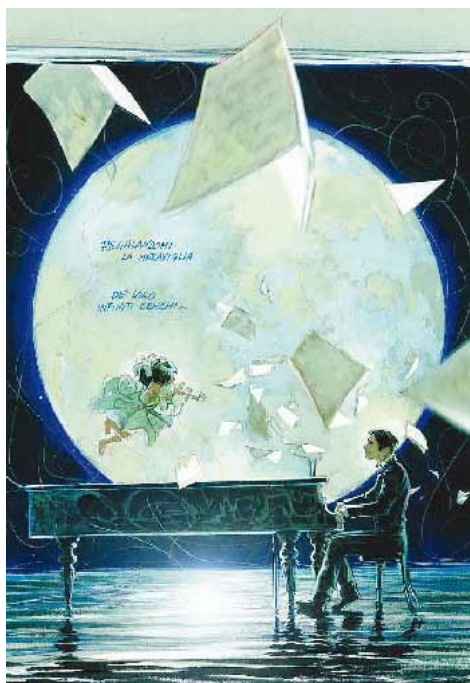
Nuove strategie di comunicazione: Frezzato disegna la storia di Cerruti

PAOLA GUABELLO
BIELLA

Per raccontare i loro tessuti non volevano più i «soliti musci di pecora»: così hanno scelto i fumetti di Massimiliano Frezzato per dare un taglio decisamente nuovo. All'alba del 130° compleanno il Lanificio Cerruti fa rotta verso un altro modo di comunicare, sicuramente poetico e passionale, frutto della complicità di un padre stilista (Nino) e di un figlio creativo (Julien).

«Abbiamo voluto dare un messaggio "emozionante", non più indirizzato solo agli addetti ai lavori ma che arrivasse al consumatore finale» spiega Julien Cerruti. E le tavole dell'illustratore torinese sanno catturare la fantasia mentre raccontano le stoffe di caldo e prezioso cashmere sotto una coltre di neve; quelle inguicibili ideali per i viaggiatori avventurosi, persi nel verde brillante di una giungla immaginaria. O ancora le collezioni dei tessuti realizzati per gli abiti eleganti indossati da un romantico pianista al chiaro di luna.

«Lavoriamo bene io e Julien - racconta Nino Cerruti - A lui ho affidato tutto il piano di pubbliche relazioni e immagine del lanificio. Del resto chi meglio di un giovane può capire, oggi, come comunicare. Così quest'anno abbiamo deciso di puntare tutto sul fumetto: l'idea è stata sua e mi è subito piaciuta».



Una delle tavole dell'illustratore torinese Massimiliano Frezzato

Julien si trova, a 36 anni, a raccogliere un bagaglio «pesante», una storia che con lui è arrivata alla quarta generazione, iniziata lungo le sponde del torrente Cervo a Biella,

nel lontano 1881 - all'epoca della rivoluzione industriale - e diventata internazionale. Suo padre Nino, entrato poco più che ventenne in azienda, è alla guida dello stabilimento da or-

mai da 60 anni. E' stato il primo stilista italiano a lanciare a Parigi il proprio marchio negli Anni 60 e a vestire i divi di Hollywood.

«Mi auguro - commenta lo stilista - che questa lunga storia prosegua per un altro secolo, che la gente continui a sentire il bisogno di cose belle, dell'eleganza. In questi tempi segnati dall'incertezza, è importante conservare i legami con il passato, non tagliare le radici, ma nello stesso tempo occorre esplorare tutte le possibilità del presente e del domani».

Vissuto a Parigi fino a 14 anni a stretto contatto con il mondo dorato della moda e poi «emigrato» in America, Julien ha seguito corsi di design e ha frequentato scuole di business. Così con un percorso da creativo, appassionato di fotografia, ma con i piedi ben ancorati a terra, ora si trova ad affrontare una nuova fase.

«Per anni bastava un marchio per garantire un prodotto - racconta - Adesso la gente vuole sapere cosa compra, ha bisogno di desiderare le cose che acquista. In un lanificio si fanno cose fantastiche ma dobbiamo imparare a comunicarle. Per questo abbiamo scelto Frezzato, il primo passo di una nuova strategia. Con il disegno abbiamo potuto raccontare l'intimo rapporto tra l'uomo e il tessuto, mettendo in primo piano la combinazione ideale tra uno stato d'animo, un'emozione e l'abito che si indossa».

Generazioni

Lo stilista
e il creativo



■ Nino Cerruti è entrato in azienda nel 1951 appena ventenne. Nel 1967 inaugura la sua Maison de Couture a Parigi e lancia il proprio marchio di prêt-à-porter. Nel 1968 realizza la sua prima sfilata e diventa uno degli stilisti più amati da Hollywood.



■ Julien rappresenta la quarta generazione della famiglia di imprenditori biellesi. Vissuto fino a 14 anni a Parigi si è poi trasferito in America dove ha frequentato scuole di design e di business. Oggi segue la comunicazione dell'azienda biellese.