

Storia e innovazione L'azienda, guidata da Paola Mela con il marito e i figli, realizza anche tantissimi accessori



A mano è meglio Il 70 per cento delle lavorazioni realizzate dalle dipendenti è manuale



IL PUNTO
"Formazione, comunicazione e marketing prima di tutto"
Ecco cosa serve per rilanciare il tessile



Moda e crisi Secondo Paola Mela l'Umbria ha grandissime potenzialità

"La Maglia sas" di Bastia Umbra realizza capi e accessori in cashmere con forti prospettive

di crescita ma mantenendo sempre questa dimensione

Quando la Mela è di vera qualità

IL PARTICOLARE

Shopping al sapore di caffè in un ambiente semplice e rilassante



Marina Rosati

BASTIA UMBRA - Il nome è Paola ed il cognome è quello di un frutto molto importante nella storia dell'uomo: Mela. Per una mela, si dice si è perdute uno stato di grazia. Con una mela Guglielmo Tell si è conquistato una fama nei secoli a venire. Con un capo di Paolamela, oggi, si indossa la qualità finemente lavorata di un capo di cashmere. E lei imprenditrice sempre in prima linea ha proprio voluto puntare sull'eccellenza dei materiali, delle finiture ed anche del luogo di lavoro. Non uno qualunque, non una fabbrica nella scontata zona industriale di Bastia Umbra ma un laboratorio accanto alla propria casa. Così da poter vivere l'attività in prima persona, in piena armonia con la famiglia che è parte integrante della sua azienda "La Maglia sas".

"La nostra - spiega la stessa Paola in qualità di amministratore delegato - è stata una scelta, cioè restare nel nostro ambito perché non volevamo e non vogliamo allargarci troppo in termini strutturali". Per scelta, la location è situata lontano dai ritmi agitati della città in una dimensione estremamente raccolta. Niente mega impianti o location grandiose ma uno spazio concentrato ed accogliente dove il cliente è come se fosse a casa sua.

"In futuro - specifica Paola Mela - potremmo fare delle piccole migliorie all'arredo - ma non abbiamo certo in mente potenziamenti dal punto di vista strutturale. Il nostro obiettivo è consolidare ciò che abbiamo e potenziarci sull'indotto". Piccolo è di qualità, il binomio de "La Maglia" funziona ed è vincente sotto tutti i punti di vista.

I numeri sono quelli di una piccola realtà che ha però nello spirito, nell'approccio al lavoro, nella voglia di crescere e soprattutto nelle produzioni tutte le caratteristiche per continuare ad essere leader. Era la fine degli anni '80 e precisamente il 1988 quando Paola Mela, insieme a suo marito Vincenzo, cominciano ad affermarsi nel settore della maglieria, in qualità di esperti tecnici e commerciali. Da qui un nuovo cammino, grazie agli spunti, alle esperienze vissute e traslate nella situazione attuale. Il figlio Francesco è entrato a far parte del team e la figlia Alice ha iniziato una collaborazione sporadica in attesa di ultimare gli studi. "Siamo tutti impegnati in prima linea - sottolinea Paola - soltanto mia figlia, studentessa di Economia, non ha una presenza fissa in azienda ma una collaborazione".

Lo spirito imprenditoriale, un innato gusto per le cose belle e tanta buona volontà, la portano inizialmente a collaborare produttivamente con aziende leader nel settore e negli ultimi anni a proporre una propria collezione uomo/donna. "Abbiamo lavorato per anni - racconta Paola - per imprese umbre - poi le maggiori competenze acquisite, l'esperienza e la voglia di fare un cammino nostro ci hanno portato a creare il marchio Paolamela".



Lo stile non è acqua I pezzi realizzati da "La Maglia" vengono esposti in uno show room davvero unico

Si potrebbe proprio dire shopping al sapore di caffè. Quando si arriva a San Lorenzo, il quartiere di Bastia Umbra dove ha sede l'azienda di Paola Mela, e si fa visita a "La Maglia sas" non si entra in un qualsiasi punto vendita, bensì in uno show room in legno, finalmente rifinito, dall'atmosfera calda e rilassante. Ed ecco che un momento di shopping si trasforma subito in un incontro, un'occasione per scambiare qualche parola, per gustarsi una tisana, un caffè, magari accompagnato da gustosi cioccolatini. Comodamente seduti in un salottino stile inglese, dove a prevalere sono il legno ed i colori caldi, respirando il profumo del cashmere ed ascoltando della buona musica. L'arredamento è semplice, le pareti arricchite da quadri che hanno segnato il percorso dell'imprenditrice. Con la neutralità indispensabile per esaltare il pregio ed il look delle collezioni. Atmosfera tranquilla, lontano dalle aree industriali e dai ritmi frenetici che ne derivano.



Niente grandi dimensioni L'azienda punta a consolidare il proprio indotto; sono in forte espansione le esportazioni in Giappone

Continua ancora l'attività di private label, ovvero le commesse per grandi aziende ma sicuramente l'espansione dei prodotti a proprio marchio è prioritaria.

"In percentuale - sottolinea Paola Mela - le nostre produzioni rappresentano il 70 per cento di tutta l'attività". E non si tratta solo di capi di abbigliamento ma di accessori e di oggetti per l'arredo. Delle vere e proprie opere d'arte del cucito che vengono studiate ed elaborate per venire incontro alle esigenze di tutti i tipi di clienti. Realizzate e confezionate per rispondere alle sempre maggiori richieste. La ricerca di un modo personale ed originale di esprimersi si sintetizza nella scelta di pochi capi ma speciali. La qualità, la cura del particolare, la scelta del materiale sono gli elementi su cui punta questo brand.

Il morbido filato prende la forma che di volta in volta gli si addice. Colore, linea pulita, diverso e divertente. Grande attenzione al cliente. Capi personalizzati e su misura.

Il marchio Paolamela sta rievocando importanti consensi soprattutto in Giappone dove l'azienda fornisce capi esclusivi su misura. Le esportazioni si stanno orientando anche su altri Paesi anche se resta la terra del Sol Levante il principale cliente estero dell'azienda bastiense. Al centro di tutto c'è il desiderio di coniugare tradizione e innovazione, antiche tecniche artigianali e moderni processi produttivi, con l'obiettivo di conservare e accrescere ciò che è stato acquisito.

La qualità non è mai fuori moda. Questa ricerca costante dell'eccellenza dei capi ha portato l'azienda bastiense ad ottenere circa un anno fa la certificazione di tracciabilità made in Italy. "Questo significa - spiega ancora l'amministratrice - che tutto viene fatto in Italia, anzi in Umbria. La nostra produzione è davvero made in Umbria". Una produzione rigorosamente controllata in tutte le sue molteplici fasi. Si va dalla progettazione, ovvero la definizione dello stile e del design, alla tessitura. "Il 70 per cento dei nostri capi - spiega ancora - è fatto a mano dai nostri dipendenti. Solo una piccola parte viene lavorata fuori". Dalla fase della tessitura si passa alla cucitura; poi c'è il lavaggio o come si dice in gergo il follaggio. "A questo punto - sottolinea Paola Mela - facciamo un primo controllo del capo che arriva alla fase finale dello stiraggio e dell'ulteriore ultima verifica".

A questo punto i capi Paolamela sono pronti per essere venduti e per realizzare i sogni di chi ancora crede e sa apprezzare il made in Italy, quello cioè che riesce a veicolare un Paese, una storia e una tradizione manifatturiera a cui, nonostante la globalizzazione e la concorrenza soprattutto cinese, non si può e non si deve rinunciare. Rinunciare infatti significa tradire l'imprendenza e la lungimiranza di quanti come Paola Mela ci hanno creduto.

IL PROGETTO

Non solo capi di abbigliamento ma un vero rigorosamente selezionati e confezionati con

Non solo cashmere, non solo capi di alta qualità made in Umbria, ma la migliore enogastronomia locale, il non plus ultra del gusto e delle bontà di casa nostra.

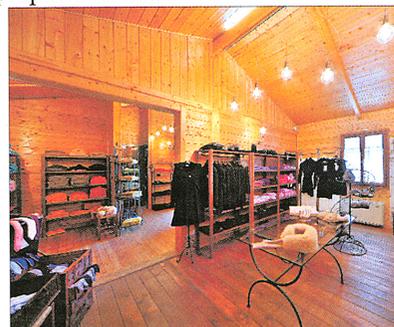
Per Paola Mela è eccellenza a 360° e non solo nel tessile-abbigliamento. Da sempre alla ricerca dell'unicità e della qualità assoluta, l'imprenditrice di Bastia Umbra ha selezionato per i suoi clienti, profumati e sapori straordinari, per raccontare e condividere il piacere che viene dall'Umbria, terra dai mille volti. Olio e vino biologico, crema di nocciolo e marroni, marmellata di mele, gluten free

Un angolo del gusto di olio e vino biologico, crema di nocciolo e marroni, marmellata, miele, gluten free

ne e in vendita, dall'ottobre scorso, prodotti tipici locali a marchio Paolamela, che caratterizzano un vero angolo del gusto. "Si tratta di vere e proprie eccellenze umbre - spiega l'imprenditrice - che selezioniamo noi e poi confezioniamo con il nostro marchio". Ma perché unire il tessile con l'enogastronomia? "Perché un prodotto tira l'altro - risponde sicura Paola - perché parliamo sempre di Umbria, delle nostre cose migliori. D'altronde non mi sono inventata niente di nuovo. In alcuni paesi esteri, tra cui gli Stati Uniti, ci sono dei negozi di abbigliamento, delle boutique e store dove, accanto ai capi italiani, sono stati creati dei corner di prodotti della nostra enogastronomia".

Mar.Ros.

corner di bontà con prodotti il proprio marchio



Cuore Verde a 360° Esposti anche prodotti tipici

Si può fare di più. Per il settore della moda e del tessile in particolare le possibilità di rilancio e miglioramento ci sono tutte. "Basterebbe poco - sottolinea da buona imprenditrice Paola Mela -". L'Umbria ha condizioni e potenzialità e la storia di importanti aziende del comparto lo dimostra.

"Lo scenario produttivo del tessile nel Cuore Verde è caratterizzato da una notevole quantità di aziende piccole e micro che rischiano di scomparire in mancanza di un vero progetto che possa affiancarle dal solo lavoro in appalto. E' necessario - entra meglio nel dettaglio - che le istituzioni prendano consapevolezza di ciò e trovino "la ricetta" che modifichi la situazione. Esistono imprese che hanno tutte le caratteristiche per sviluppare un marchio" ma non hanno il giusto sostegno per raggiungere l'obiettivo. A questo proposito le aziende si aspettano proposte-

bandi che non siano solo finalizzati al finanziamento di strutture o macchinari di cui nella maggior parte dei casi sono dotate, ma attivazione di situazioni che vadano a finanziare: ricerca, potenziamento e sviluppo.

Le maglieriste sono delle vere artiste

Il finanziamento di strutture o macchinari di cui nella maggior parte dei casi sono dotate, ma attivazione di situazioni che vadano a finanziare: ricerca, potenziamento e sviluppo.

po di nuovi 'marchi', internazionalizzazione a 360 gradi, comunicazione e marketing".

Di seguito alle operazioni imprenditoriali che ne potrebbero derivare, il "miracolo" del rilancio del tessile made in Umbria ne sarebbe la probabile conseguenza. Seguendo questa traccia Paola Mela non boccia neppure l'idea lanciata da Eugenio Guarducci di una settimana del cashmere. "Un'idea da elaborare e strutturare, senza dubbio buona a parer mio - puntualizza - valorizzi il prodotto e non diventi un mercato. Presentata come "vetrina" di livello, in una location di stile, senza vendita diretta e che indirizzi invece i visitatori nelle varie aziende". L'aspetto della promozione e del marketing a questo punto è strategico. "Non si può pensare solo a finanziare interventi strutturali - chiarisce ancora la Mela - ci sono aspetti come la formazione, il marketing, il campionario, la comunicazione che hanno un'importanza fondamentale. Basterebbe che le istituzioni competenti - sottolinea - riuscissero a mettere insieme dieci aziende con un proprio marchio così da rilanciare davvero il made in Umbria".

E per la Mela il problema lavorativo e delle competenze è uno dei più pesanti che va affrontato tempestivamente da chi ci dovrà.

"Ci sono aziende, come la mia, che hanno commesse ma non riescono più a trovare il personale adeguato". Rammagliatrici, cucitrici, maglieriste estere sarebbero pagate a peso d'oro ma soltanto poche giovani si avvicinano a questi mestieri. "E' un problema di cultura e di comunicazione che va comunque affrontato. Fare la maglierista è un'arte, è aver la capacità di creare qualcosa di unico e originale. Ecco perché - aggiunge ancora Paola Mela - è necessario investire risorse per la comunicazione e per la formazione del personale che, in un settore in cui la precisione è fondamentale come questo, deve avere le maggiori competenze possibili".

Mar.Ros.