LA NAZIONE
AREZZO
Dir. Resp.: Agnese Pini
www.datastampa.it
Tiratura: 0 - Diffusione: 4946 - Lettori: 72000: da enti certificatori o autocertificati

L'INTERVISTA

Bruno Tommassini: artigianato e qualità le mie scommesse

A pagina 7

Tommassini, la sfida dell'artigiano

«Prodigio Divino» sbarca in centro. «Qualità e made in Tuscany»

di DORY d'ANZEO

'PRODIGIO DIVINO', il marchio creato da Bruno Tommassini presidente di Federmoda Toscana Cna, sbarca domani ad Arezzo con un negozio in pieno centro, in via San Giovanni Decollato. In vendita borse e gioielli artigianali realizzati con materiali e pietre nobili e non. Un progetto ma anche una sfida, aprire un negozio in un momento di incertezza dei mercati.

Tommassini, qual è la nuova sfida dell'artigiano?

«Nel momento in cui il mercato globale inonda i centri storici con i franchising e le vendite online, io scelgo la strada opposta, non quella del passato ma del futuro».

E quale sarebbe?

«L'artigianato, il saper fare, porta con sé una conoscenza e una capacità di agire sulla materia prima che si vede solo prendendo l'oggetto in mano».

Cambia il concetto di negozio?

«Esatto. Negozio non luogo della vendita ma dell'incontro fra chi produce e chi acquista».

Perché un marchio di lusso ad Arezzo?

«Arezzo è il simbolo stesso del concetto di filiera produttiva. Lo è dal medioevo. Come Prodigio Divino ho chiesto uno studio approfondito dalla Fraternita dei laici da cui si comprende come già da secoli – al di là della diatriba perenne fra guelfi e ghibellini – Firenze e Arezzo costituissero un sistema compiuto di filiera commerciale».

Necessità associativa?

«Già nel XII e XIII secolo le arti sentono la necessità di associarsi per affrontare i problemi dei singoli comparti. Arezzo era la punta di diamante per la manifattura. Tra le eccellenze del mercato globale allora conosciuto, penisola italiana e nord Europa, c'era l'erba gualda, o erba guada, o erba gialla. Era una tintura i cui maestri erano gli aretini che serviva a tingere i tessuti prodotti a Firenze».

Ma i consumatori hanno acquisito altre abitudini ...

«Il consumatore è molto cresciuto rispetto ad anni fa. La consapevolezza di ciò che cerca e di ciò che acquista è molto più diffusa di un tempo».

Questo a cosa porta?

«E' l'esigenza che spinge a rispettare la parola 'artigiano', cioè colui che fa con le mani. Non può esistere una vera concorrenza fra questo modo di lavorare e il prodotto industriale».

Due cose distinte...

«Lavoro per questo e come presidente di Federmoda mi piacerebbe, non so se resterà una utopia, rilanciare il modello Made in Tuscany, unica strada che ci distingue dal prodotto industriale».

La sfida di Prodigio Divino?

«Continueremo a produrre pezzi unici e artigianali, sostenendo con una parte dei proventi iniziative culturali contro razzismo e omofobia, spirito originario del marchio. Non è possibile investire nel mondo artigiano e al tempo stesso vivere in una società chiusa».

IL PROGETTO Bruno Tommassini con il suo braccio destro Linda Marchi

L'INAUGURAZIONE
Domani in centro apre il negozio con il brand dello stilista

LA NAZIONE AREZZO
Crac Etruria, anche Boschi sul filo
EMERGENZA FINITA

LE NOSTRE ECCELLENZE
Tommassini, la sfida dell'artigiano

COMUNE DI AREZZO