

CALICÒ INDIANI: Inizio del 700 arrivò questo cotone colorato che venne apprezzato particolarmente dalle donne più ricche. Divenne più accessibile l'acquisto dei vestiti anche per i più comuni. Per queste importazioni ci fu la crisi della lana: i produttori di lana inglesi per paura di perdere i loro profitti chiesero al governo di bloccare i calicò. Calicò acts: nel 1720/21 ci fu una legge suntuaria dove si proibiva l'importazione dei tessuti cotone. Non proibivano però l'importazione del cotone grezzo, quindi gli imprenditori lavoravano il cotone grezzo acquistato a prezzo molto basso e ricreavano da soli tessuti di cotone rivendendoli a prezzo più alto.

LE INVENZIONI RI

1. Spoletta volante o flying shuttle (John Kay 1733) consentiva un aumento della produzione a costi inferiori rispetto ai tradizionali telai manuali, consiste in una navetta che contiene una spoletta dove è avvolto il filato.
2. Filatoio idraulico (Richard Arkwright 860 del 8700): il lavoro delle dita femminili venne sostituito da due coppie di rulli, che ruotavano a diversa velocità. La materia grezza passava in mezzo a una prima coppia di rulli e subiva una prima grossolana torcitura rifinita poi dalla seconda coppia di rulli.
3. Jenny: l'invenzione di Arkwright fu completata da James Hargreaves. Si trattava di un filatoio con molti fusi, ma aveva il difetto di sottoporre i fili a tensioni variabili, il che causava rotture al filato stesso.
4. Mule (Samuel Crompton 1778): consentiva di sottoporre i filati a una tensione costante e quindi permetteva di ottenere filati più sottili, più resistenti e più uniformi. Quindi risolse l'inconveniente della <jenny=. La macchina di Crompton consentì di utilizzare tessuti di solo cotone.
5. Macchina a vapore di Matthew Boulton e James Watt (1785). Il vapore si sostituiva all'acqua come forza motrice, consentendo di impiantare la produzione tessile anche laddove non vi erano corsi d'acqua nelle vicinanze.
6. Telaio meccanico (Cartwright 1785): primo telaio a costruire una macchina capace di tessere tela liscia di una certa altezza.
7. Telaio Jacquard

COTONE, LANA E SETA: L' economia italiana prese parte alla rincorsa europea solo alla fine dell'800.

Cotone, seta e lana hanno tutti un posto nell'industrializzazione italiana:

- Cotone: le innovazioni della prima rivoluzione industriale si ebbero dopo l'importazione di filati inglesi che attivarono la domanda nel settore cotoniero. I pionieri furono italiani ma giunsero anche imprenditori stranieri per manodopera a basso costo e energia idrica.
- Seta: a differenza del cotone, era già commercializzata internazionalmente. Fu introdotta in Sicilia durante la dominazione musulmana nel 1100. Dal 1300 ci fu un periodo di instabilità politica che costrinse i setaioli a trasferirsi verso Genova, Bologna e Firenze dove ci furono innovazioni tecniche.
- Lana: nel medioevo, l'industria laniera era quella più importante per gli scambi internazionali. Firenze aveva una realtà produttiva imponente.

MARCHIO: Alla fine dell'800 si diffuse anche nelle imprese tessili il marchio di fabbrica (adottato inizialmente dagli Stati Uniti dai produttori di medicinali, bevande, alcolici, cosmetici). Il primo marchio italiano fu il "Cotonificio Fumagalli" di Monza, in stile liberty. Sui mercati internazionali, era necessario che il marchio indicasse la provenienza del prodotto, per garantirne la qualità. Altro importante marchio fu quello del "cotonificio fossati", esempio anticipatorio evidente di brand che aggiunge valore al prodotto.

PRIMA GUERRA MONDIALE: La guerra rappresentò anche un punto di non ritorno dell'industria italiana. Per garantire il soddisfacimento del fabbisogno bellico lo Stato coordinò una "mobilitazione industriale" con i cosiddetti "stabilimenti ausiliari". Anche l'industria tessile e dell'abbigliamento diedero il proprio contributo di produzione militare (l'esercito doveva essere rifornito di coperte, uniformi e calzature). Lana e pelle già scarseggiavano nel periodo prebellico e venne attuata la cosiddetta "bardatura di guerra", cioè lo Stato si occupò dell'importazione di lana, mentre per l'industria cotoniera si avvale dell'azione privata. Per quanto riguarda la confezione gli stabilimenti

militari offrivano scarsa professionalità e sprechi di materiali quindi vennero aperti nuovi magazzini (Roma, Milano, Alessandria) con donne volontarie che lavoravano in cambio di sussidi per alleviare la povertà. Produrre abbigliamento per l'esercito significava sottrarre materie prime alla popolazione civile, per questo alcune imprese non presero parte alle commissioni militari, come il calzaturificio di Vigevano. Nacque il consorzio fra gli industriali per la fabbricazione delle calzature nazionali, che era impegnato a rifornire i cittadini di buone calzature a prezzi convenienti (unico modello standard il cui prezzo era prefisso dallo Stato).

Venne introdotta una nuova formula di vendita: il magazzino a prezzo unico (UPIM) in cui si vendevano merci destinate ad un'ampia fascia di consumatori. La Rinascente fu un perno di diffusione della moda su scala nazionale, in più gli inizi degli anni '40 erano tempi di lotta agli sprechi e il grande magazzino ampliò la gamma di servizi, offrendo alla clientela laboratori di taglio e cucito per imparare l'arte del rammendo.

PIANO MARSHALL 1947: Il piano prevedeva il trasferimento gratuito di beni dagli USA all'Europa, sulla base di un piano di sviluppo formulato dai paesi beneficiari e approvato dalle autorità americane. L'industria tessile beneficiò degli aiuti americani in maniera modesta e l'industria dell'abbigliamento in modo indiretto. L'industria che più si avvantaggiò fu la cotoniera: i primi prestiti al settore tessile consistettero nell'assegnazione da parte dell'UNRRA di 34 mila tonnellate di cotone greggio.

L'industria dell'abbigliamento beneficiò in modo modesto degli aiuti americani e ne avvertì gli effetti solo indirettamente attraverso l'industria tessile. A differenza degli aiuti erogati all'industria tessile, il nascente comparto dell'abbigliamento fu trascurato dagli aiuti americani.

L'industria tessile si avvale degli aiuti americani soprattutto per aumentare il grado di meccanizzazione del processo produttivo e, soprattutto, per introdurre nuovi procedimenti nelle fasi di finissaggio, di tintura, di nobilitazione dei tessuti ecc.

MIGLIORAMENTO QUALITATIVO DEI TESSUTI: Spingeva verso una rigidità nei consumi di abbigliamento che tendevano ad assumere i caratteri di un bene semidurevole ovvero: la domanda in Italia dei tessuti non cresceva, avevano un'idea di risparmio diversa, abiti fatti di tessuti che duravano di più diventando così beni durevoli, per questo motivo compravano di meno.

L'IMI (Istituto mobiliare italiano): Aveva la responsabilità che la programmazione del piano Marshall funzionasse, propose di uscire dalla strozzatura dei consumi attraverso la verticalizzazione delle industrie tessili con quelle dell'abbigliamento, in modo che l'offerta potesse influenzare la domanda facendo leva sulla moda.

LA VERTICALIZZAZIONE: è la conseguenza degli aiuti del piano Marshall.

(Il piano Marshall ha portato ad un miglioramento nei tessuti e di conseguenza se i tessuti migliorano, migliorano anche gli abiti e dunque l'abito diventa un bene durevole. Se l'abito diventa un bene durevole la domanda si blocca e avviene la strozzatura. Per risolvere il problema bisogna aumentare l'offerta. Dunque si è ricorsi alla verticalizzazione, ovvero la collaborazione tra le diverse fasi della produzione dell'abbigliamento, ovvero tra: stilista, industria dell'abbigliamento e industria tessile).

Consisteva nel convincere gli italiani ad acquistare più abiti, spingere il consumo dell'abbigliamento punto presentare collezioni innovative diverse che stimolano l'acquisto di abiti e che abbiano elementi di moda in continua evoluzione. E integrare verticalmente collaborazioni di diversi settori, cioè l'industria tessile doveva comunicare con l'industria dell'abbigliamento e avevano bisogno di qualcuno che disegnasse i vestiti il creatore di moda, quello che chiameremo <stilista>. La proposta dell'IMI fu pubblicata nel 1968. L'integrazione di diversi fattori che non possono più lavorare separatamente perché collegati tra di loro. L'industria tessile ha incrementato la produttività dell'abbigliamento.

CAMERA NAZIONALE DELLA MODA ITALIANA (CNMI): Raggruppava le principali case di moda italiana e avvia la gestione delle sfilate degli eventi comunicativi istituzionali. rapporto più strutturato la casa di alta moda, fornitori e industria della confezione in serie attraverso il supporto diretto dal CNMI Delle principali aziende italiane di fibre e tessili. Nel 1964 si avviò la collaborazione fra produttori di fibre e case di moda.

1969 accordo tra CNMI e SNIA-VISCOVA Viene sancito il tessuto non è più progettato e realizzato da un'azienda tessile per poi essere messo a disposizione dalle case di moda, bensì la collaborazione del creatore di moda viene richiesta sin dalla fase di studio del tessuto. La CNMI approva una serie di accordi con le associazioni imprenditoriali delle aziende delle confezioni industriale, definiscono con anticipo le tendenze di moda e le cartelle di colore scelte sulla base del lungo sistema di innovazione e pianificazione della filiera del tessile abbigliamento.

DISTRETTO INDUSTRIALE: Il distretto industriale è un sistema produttivo costituito da un insieme di imprese, prevalentemente di piccole e medie dimensioni, caratterizzate da una tendenza all'integrazione orizzontale e verticale e alla specializzazione produttiva, in genere concentrate in un determinato territorio e legate da una comune esperienza storica, sociale, economica e culturale. Il distretto industriale forma dunque una comunità di persone, di imprese, di istituzioni e di associazioni che operano su un territorio geograficamente limitato all'interno del quale si è accumulato un patrimonio condiviso di valori e di saperi diffusi. I distretti sono diventati in maniera sempre più evidente la caratteristica distintiva del sistema industriale italiano.

La maggiore flessibilità del sistema industriale crea le condizioni per un rapporto più organico tra il creatore di moda e l'industrializzazione del prodotto. Il progetto del prodotto moda chiude la sua fase artigianale, per restare patrimonio diretto di colui che gli dà impulso: con la fine dei grandi sarti nascono gli stilisti.

DISTRETTO DI PRATO: In Italia il distretto industriale di Prato è quello più conosciuto. Si afferma nel secondo dopoguerra, ma già a partire dal XIV secolo era famoso per la sua produzione di lana. Inizia ad assumere caratteri industriali grazie all'iniziativa di Mazzoni che fondò un'impresa per la lavorazione di lane rigenerate e introdusse macchinari che impressero una svolta decisiva alla meccanizzazione del processo produttivo. L'industria pratese in poco tempo si sviluppò sempre di più e ad oggi le aziende tessili che ne fanno parte sono specializzate nella produzione di filati per maglieria, di tessuti per l'abbigliamento in lana cardata e pettinata, cotone, lino, seta e fibre sintetiche destinate alle industrie di abbigliamento, calzature e arredamento

BENETTON: Nasce nel 1965 sotto il nome di Maglificio di Ponzano Veneto dei Fratelli Benetton. I fratelli fondatori provengono da un contesto molto umile, iniziando la produzione in proprio acquistando una macchina per la maglieria usata e vendendo i capi prodotti in alcuni negozi del Veneto. Il successo riscontrato indusse i fratelli ad intraprendere il percorso industriale e le loro novità consistevano nel tipo di abbigliamento proposto, colorato e con un ottimo rapporto qualità-prezzo particolarmente gradito dai giovani e in un'innovazione del processo produttivo investendo nel campo dell'automazione industriale che consentiva di sfruttare al meglio le caratteristiche di flessibilità della struttura produttiva e commerciale dell'impresa. Nel tempo l'azienda ha aperto negozi in Italia e in Francia portando anche all'apertura di megastores sotto l'insegna di United Colors of Benetton

LE GRIFFE: Prendono il nome dello stilista trasformato in etichetta di un prodotto in serie, diventa la nuova protagonista.

LO STILISTA: Ora il disegno del modello è solo una minima parte del processo che porta alla produzione dell'abito. Lo stilista ora progetta o mantiene il controllo su disegni fatti da altri, controlla l'intero processo. Il punto importante della progettazione è il controllo della realizzazione del modello, che per essere riprodotto in serie dovrà rispondere a determinate caratteristiche di compatibilità con macchinari e organizzazione del processo produttivo.

MODA E INDUSTRIA: Il modello di sarto francese per eccellenza fu Paul Poiret che per primo commercializzò con il proprio marchio prodotti diversi dall'abbigliamento come borse, guanti, calze, profumi e cosmetici. Questo processo di diversificazione è all'origine della trasformazione di alcune delle più prestigiose case di moda francesi, come Christian Dior o Yves Saint-Laurent, in imprese con strutture multidivisionali. All'interno di queste strutture organizzative, ogni divisione gode di autonomia gestionale limitata, soprattutto per quanto concerne la funzione di controllo della

coerenza del design e dell'innovazione di prodotto con le prerogative di qualità ed esclusività che il consumatore associa al nome della casa madre. In anni recenti questo processo evolutivo della struttura organizzativa delle case di moda francesi è sfociato nella costituzione di grandi imprese diversificate in settori non strettamente correlati, come la holding LVMH (Louis Vuitton-Moët-Hennessy) che possiede i marchi di alcune importanti case di moda e di imprese produttrici di accessori, di profumi.

Gli Stati Uniti sono sempre stati un passo indietro alla first comer francese. I nomi di Calvin Klein, Ralph Lauren e Donna Karen non sono associabili a collezioni di alta moda, ma piuttosto ad abbigliamento ready to wear di lusso. Nel caso italiano alcuni esempi di architetture organizzative sono:

- **Gucci:** figlio di un artigiano specializzato nella lavorazione delle paglie, Guccio Gucci aprì a Firenze nel 1921 un piccolo negozio e un laboratorio per la lavorazione di articoli da viaggio e da selleria. Nel corso degli anni '30 l'attività cominciò ad espandersi con lo spostamento della produzione in spazi più ampi e l'apertura del punto vendita romano (1938), dove si vendevano borse, valigie e articoli sportivi con i motivi del morso e della staffa diventati l'è boema Gucci. In quegli anni le difficoltà riscontrate nell'approvvigionamento di pellami per la politica autarchica spinsero all'utilizzo di materiali sostitutivi come lino, canapa, juta e bambù. Gli anni '50 segnarono l'inizio di una fase di grande crescita nella storia dell'impresa. Alla morte del fondatore (1953), la seconda generazione diede impulso allo sviluppo commerciale con l'apertura di un negozio a Milano, il consolidamento della presenza in Europa e l'inaugurazione di uno showroom a New York. Lo stile degli articoli si rinnovò ancora associandosi a nuovi emblemi: il nastro a righe ispirato dal sottopancia della sella, in lana e cotone nei colori verde-rosso-verde per gli articoli in cuoio naturale e blu-rosso-blu per i pellami colorati e, alla fine degli anni '60, l'impiego del canvas (stoffa in tela di cotone su cui erano ripetute le iniziali del fondatore contrapposte come motivo ornamentale. Il successo di questi simboli del gusto, della creatività e della qualità del made in Italy raggiunse il suo apice grazie a dive del cinema che legarono il proprio nome ai prodotti Gucci (borse Jackie O per Jacqueline Kennedy o il foulard Flora per Grace Kelly, dal quale prese avvio la produzione di foulard Gucci disegnati con motivi floreali). Negli anni '70 proseguì l'apertura di punti vendita all'estero e ci fu l'ingresso nei mercati orientali. Dopo un periodo di crisi realizzò un'alleanza strategica per la creazione di un polo multi marchio del lusso con PPR (Pinault-Printemps-Redoute) colosso francese della distribuzione. La liquidità prodotta da questa operazione finanziaria fu investita nell'acquisizione di importanti marchi, arrivando al 2001 che il gruppo Gucci comprendeva Yves Saint Laurent, Bottega Veneta, Balenciaga, Stella McCartney, Alexander McQueen.

- **Versace:** la società per azioni Gianni Versace è stata fondata nel 1977 dallo stilista Gianni Versace insieme al fratello Santo (responsabile della divisione finanziaria dell'impresa) e alla sorella Donatella (designer e responsabile della divisione accessori e delle attività di marketing e pubblicità). Nel 1978, anno della prima boutique a Milano, disegnò la prima collezione per donna, seguita l'anno successivo da quella per l'uomo. Nel 1989 creò la linea di alta moda Atelier Versace e la linea di moda pronta per giovani, Versus, firmata da Donatella. Il processo di diversificazione è iniziato nel 1982, con la produzione sotto il marchio Medusa (simbolo degli ideali della cultura classica a cui la creatività stilistica di Versace si è costantemente ispirata) di profumi e accessori, ed è proseguito negli anni 90 con il lancio della collezione per la casa Signature e con l'ingresso nell'industria dei cosmetici con Versace Make-up.

- **Ittierre:** la società per azioni Ittierre è nata nel 1982 per iniziativa di Tonino Perna. Nata all'insegna della partnership con stilisti giuridicamente definita dal contratto di licenza d'uso del marchio. Il primo marchio associato fu Trussardi, seguito poi da una lunga serie di importanti marchi come Versace, Dolce&Gabbana, Ferrè