

# IL DISEGNATORE

Carlo Scaramal

Con questo mio scritto non voglio parlare di storie particolari o fatti storici locali, bensì di una figura professionale che, a mio avviso, ha contribuito al successo dell'industria tessile biellese nel mondo: il disegnatore, questo personaggio a volte artefice di successi insperati, altre volte di fiaschi clamorosi. Ma quello che qui voglio trattare non è solo il riferimento a persone o fatti, per quanto alcuni siano particolarmente curiosi, ma piuttosto spiegare un po' cosa e chi è questo personaggio.

Il lavoro del disegnatore lo definisco simile a quello del ciabattino: lunghi anni di apprendistato, poi quando si pensa di essere in grado di creare una nuova scarpa/collezione per quel determinato cliente o lanificio, ci si accorge che la strada è ancora lunga, e che l'assumere direttamente la responsabilità della collezione è uno scalino di notevole portata, che fa passare parecchie notti insonni, rosi dai dubbi e dai ripensamenti.

Personalmente, se guardo ai miei anni di apprendistato posso dirmi fortunato ad aver avuto la possibilità di lavorare a fianco di personaggi di prima grandezza che molto mi hanno insegnato, con metodi più o meno ortodossi (diciamo che fra disegnatori si sente gridare, a volte).

Ricordo che al mio primo giorno di lavoro in un ufficio disegnatori (dopo sei mesi nei vari reparti a capire come vengono fatti i tessuti e quali operazioni devono essere eseguite) alle otto e mezza del mattino mi ritrovai a dover temperare un intero astuccio di matite colorate.

Poi, lentamente, le cose migliorarono, d'altronde parliamo di trent'anni fa, del 1978 per l'esattezza, quando le gerarchie erano rispettate molto più rigidamente di oggi.

Io avevo vent'anni e non mi rendevo conto che il tipo di lavoro che avevo intrapreso richiede non solo una certa predisposizione ma un impegno, costanza e passione che credo ben poche professioni possano vantare. Poco a poco capii che le responsabilità del primo disegnatore erano veramente grandi e cruciali per l'azienda e che certe "sgridate", certe urla ai capireparto e ai tessitori non erano poi così ingiustificate come mi sembrava all'inizio: questi atteggiamenti non erano altro che lo sfogo della grande pressione che grava su chi è responsabile della collezione.

Infatti, a cadenza semestrale bisogna presentare il campionario, estate prima e inverno poi. Quindi ogni sei mesi ci si rimette al giudizio dei clienti e quando, magari alla fiera di Ideabiella, il proprio lavoro non trova pieno apprezzamento o incontra anche solo una critica superficiale, ci si arrovella e ci si rode il cervello per cercare di capire dove si può

migliorare.

Ma oggi non c'è più tempo per porre rimedio a un colore non più di moda o a una disegnatrice che non è piaciuta. Ricordo a tal proposito che durante una visita ad un cliente molto importante il mio "primo" disegnatore (di cui io ero l' "aiuto"), sentite le critiche mi disse: "Fai su le valigie. Torneremo quando questo signore avrà smaltito la sbornia di ieri sera". Al che in fretta e furia rimisi velocemente le cartelle e i tipi in valigia, per un'uscita ingloriosa e alquanto movimentata tra urla e imprecazioni.

Oggi queste situazioni così veraci non sono neanche pensabili, ma a quei tempi tutto era molto meno ovattato e gli scontri e le discussioni erano appassionati e diretti. Anche all'interno delle aziende era un continuo confronto e scontro tra i vari responsabili e il disegnatore era sempre in rotta di collisione con il tintore o con il capo-finissaggio o filatura.

Tutto era fatto sempre al fine di migliorare, di fare speciali lavorazioni o sfumature di colore particolari o filati nuovi mischiando varie fibre: insomma al fine di cercare quel qualche cosa che ci potesse distinguere e distanziare dalla concorrenza. Naturalmente, tutta questa ricerca costa e bisogna quindi cercare la giusta miscela di innovazione e continuità di prodotto che l'azienda può produrre (a volte, nel passato, è capitato che alcune novità che avevano riscosso un successo strepitoso a livello di campionatura si rivelassero poi un boomerang a livello produttivo con difficoltà enormi nel riprodurre fedelmente quanto si era riusciti ad ottenere con il campione originale). Quindi è necessario che il disegnatore non cerchi solo il proprio successo personale ma si accerti ben in tempo che il frutto della sua creatività e fantasia sia poi fattibile e producibile industrialmente.

Molte sono le leggende su alcuni dei personaggi che ho potuto conoscere in questi anni, fra cui chi decantava di aver tratto l'ispirazione per un particolare tessuto blu da un tramonto in Marocco e che alla rimostranza del negoziante che sosteneva di non averne venduto nemmeno un taglio ribatteva dicendo che i suoi clienti non capivano niente. Oppure quell'altro che chiudeva l'ufficio a chiave tutte le sere per non permettere a nessuno (nemmeno ai suoi assistenti) di vedere quel che stava combinando e, rimasto a letto con l'influenza, costrinse i collaboratori a rompere la serratura. O quello che partito per Parigi in un freddo febbraio per presentare la collezione agli atelier di alta moda, tornò abbronzatissimo dopo due settimane (si scoprì in seguito che era andato in Kenia ad un safari).

Un altro ancora abbandonò un importante meeting durante la presentazione della collezione in seguito alla telefonata che lo avvertiva della fuga del maiale dalla sua cascina; tornato dopo un'ora di ricerche rassicurò tutti con la notizia della cattura e della buona salute dell'animale, cavandosela con la promessa fatta all'esterrefatto cliente di un buon salame.

La fiera di Ideabiella è stata anch'essa sede di episodi veramente divertenti. Ricordo che durante un'edizione ricevemmo nello stand l'abituale visita della reporter di un noto quotidiano nazionale che voleva, al solito, intervistare un responsabile per sapere

qualcosa di più delle nuove tendenze. Per inciso, la visita dei giornalisti è sempre vista come una seccatura e il titolare mi incaricò di occuparmene. Offrii qualcosa da bere e la signora mi stupì con la richiesta di un gin tonic. Non sapendo bene come fare, probabilmente sbagliai un po' le dosi perché al primo sorso la signora fece una smorfia significativa aggiungendo che sapevo come preparare un aperitivo "forte". Erano le dieci del mattino e dopo circa mezz'ora quando si congedò, la signora con passo deciso, ma meno sicuro di quando era entrata, andò a centrare lo spigolo di un buffet con un ancata violentissima facendoci scoppiare in una risata tale da costringerci a nasconderci per non essere visti dai clienti.

In un'altra occasione dovetti soccorrere un cliente giapponese che aveva sottovalutato l'effetto della grappa, parlava un inglese approssimativo e non ricordava in quale albergo alloggiava; fortunatamente alle due del mattino dopo aver gironzolato per molti alberghi di Como senza successo, trovammo un suo connazionale, più o meno nelle stesse condizioni ma che almeno parlava un inglese comprensibile e grazie alle cui indicazioni riaccomptai entrambi all'albergo. Nemmeno gli statunitensi, con quell'aria da vacanza con la quale venivano in fiera, non disdegnavano di fare bisboccia la sera. Una mattina recatomi di buon'ora in un albergo per accompagnare un cliente in fiera, lo trovai pronto in sala d'attesa ma un po' pallido. Quando alla sera lo riaccomptai il portiere mi disse che quando lo ero venuto a prendere la mattina era arrivato da circa mezz'ora.

Ora, non vorrei che il lettore traesse da questi episodi la conclusione che il mondo tessile è popolato da una banda di ubriaconi, io mi sono solo divertito a raccontare una serie di storielle che ho direttamente vissuto. D'altronde si tratta di eventi accaduti nel corso di parecchi anni e sicuramente oggi, che anche l'industria tessile è stata rinnovata dall'avvento di computer ed elettronica, c'è sia molto meno spazio per i personaggi eclettici sia molto meno tempo per fare bisboccia.

Oggi il lavoro del disegnatore è alquanto diverso, limitato nella sua importanza rispetto al passato, visto come la tecnologia è entrata prepotentemente a far parte del lavoro di tutti i giorni, e poi soprattutto per il fatto che oggi la qualità con la "Q" maiuscola viene sempre meno premiata in quanto il mercato, sempre più in mano alla grossa distribuzione, impone politiche di contenimento prezzi che sacrificano e condizionano di molto le scelte del disegnatore sull'altare della quantità.

Purtroppo questa è la ragione principale della difficoltà che vivono le aziende biellesi e che hanno portato in questi ultimi anni alla chiusura di tanti lanifici con la conseguente perdita di posti di lavoro e di tante competenze e lavorazioni ormai solo parte di memoria storica appannaggio di poche persone.

Quel tessuto di aziende familiari, microcosmi di piccole ma qualificatissime lavorazioni, sono un tesoro di conoscenze ed esperienze ormai utili solo per essere ricordati in qualche museo, rappresentano la testimonianza di un passato che fu, proprio come i ciabattini, ricordati all'inizio di questo scritto. Siamo rimasti pochi, sembra che al giorno d'oggi saper fare le cose bene non sia sufficiente in quanto la qualità costa troppo ed i

tempi sono così brevi da non permettere più la sperimentazione e l'elaborazione. Ci rimane però l'invidiabile primato che i tessuti biellesi sono ancora oggi i migliori al mondo, che veniamo letteralmente copiati da cinesi, indiani e compagnia briscola, e che la nostra esperienza e capacità, unite alla tradizionale operosità e dedizione della gente biellese sicuramente ci riserverà ancora piacevoli sorprese per il futuro, soprattutto se la politica si accorgerà che il patrimonio di questo territorio non sta nell'erigere centri commerciali a iosa ma nel permettere di poter conservare e far lavorare le imprese biellesi.

La situazione di oggi mi fa pensare ad un vecchio *sketch* televisivo degli anni Settanta del duo comico Cochi e Renato, che avevano impiantato il loro banchetto (che oggi si direbbe *corner*) all'interno di un centro commerciale; vendevano bene senonché la gente pagava alla cassa del supermercato, non alla loro.

Questa è la situazione che va corretta: noi biellesi ci sobbarchiamo l'onere (e l'onore) di fare tessuti nuovi e campionari che sono apprezzati da tutti, solo che poi le pezze le fanno i cinesi e a noi rimangono le briciole. Ed è qui che la politica deve intervenire.

Naturalmente ho voluto semplificare ma la faccenda è, più o meno in questi termini. A ciò si aggiunge poi un altro problema, a mio avviso ancor più serio e difficile: oggi la gente si veste sempre peggio, una mancanza di gusto che è figlia dei tempi moderni, dove la massificazione e uniformazione così pesantemente influenzate dalla televisione unite ad una banda di così detti stilisti che non sono neanche parenti dei grandi sarti del passato, hanno determinato una situazione paradossale dove si vendono schifezze a peso d'oro perché griffate e vestiti e giacche fatti come si deve rimangono sugli appendini. Non è da sottovalutare che per i vari stilisti e case di moda la maggior voce di uscita non è relativa all'acquisto di materie prime o stipendi delle maestranze, ma è la pubblicità.

Questa gente spende tantissimo per bombardarci attraverso i media con i loro messaggi che con una sconcertante uniformità promuovono modelli e stili assolutamente assurdi e autoreferenziali.

Inoltre non va dimenticato che esiste addirittura una laurea ad hoc per diventare pubblicitari. Mi viene da ridere a pensare che è stata creata ed è insegnata nelle nostre università la laurea in "scienze della comunicazione".

Oggi il vecchio detto "non veniamo da Savona per insavonarvi, ma veniamo da Chiavari..." è materia universitaria...Bah!

Io ho quattro figli in età scolare ed una delle cose di cui vado fiero è che nessuno di loro mi chiede MAI di portarli al McDonald. La più piccola, undici anni, andò ad una festa di compleanno là organizzata da una sua compagna e quando la andai a prendere mi confessò di avere una fame da lupi perché non era riuscita a mangiare quelle patatine ultra-unte e salatissime e quella pseudo - carne condita con impossibile salsina. Ecco, direi che se riusciamo a far distinguere alle nuove generazioni quali sono le cose buone e quali le schifezze, indipendentemente dai messaggi pubblicitari, anche per i nostri tessuti potremo prevedere tempi migliori.

CARLO SCARAMAL, nato a Biella il 27 dicembre 1958, inizia a lavorare al lanificio Botto di Miagliano. Successivamente si trasferisce in Canada per 5 anni per poi tornare e rimanerne altri otto al lanificio Tallia di Delfino, fino a quando inizia l'attività di consulente per varie aziende locali ed estere. Sposato, quattro figli, oggi vive e lavora a Tollegno.