



Dal centro di Milano al Giappone Se la cravatta è affare di famiglia

La terza generazione di Bigi: l'impronta è del nonno, ora l'e-commerce

Luca Balzarotti
MILANO

IL PRIMO BIGLIETTO da visita è la sede. Niente architettura da zona industriale, ma un palazzo storico milanese tra piazzale di Porta Ludovica e Porta Ticinese. I Navigli e la Darsena sono lì, a poche centinaia di metri, a fare quasi da scenografia al laboratorio della West Point Manifattura Cravatte, azienda che porta le cravatte milanesi realizzate a mano nel mondo con due marchi: "Bigi Cravatte Milano" e "stefanobigi". «I clienti restano sorpresi: si aspettano di vedere lo showroom e l'ufficio di rappresentanza, non la produzione in un contesto così», racconta Stefano Bigi, la terza generazione dell'impresa che ha mosso i primi passi nel 1938 con il laboratorio del nonno materno.

UN AFFARE di famiglia la cravatta, «un accessorio che nel tempo ha saputo trasformarsi da obbligo da ufficio a piacere - spiega l'amministratore unico -. Oggi chi la indossa lo fa per scelta e la porta bene, con eleganza. E noi ne abbiamo beneficiato». Senza l'obbl-



GUIDA Stefano Bigi, amministratore unico; a destra una fase produttiva

go di inseguire grandi numeri, la West Point Manifattura Cravatte ha scelto di «mantenere l'impostazione del nonno», spiega Stefano Bigi. «Tutte le fasi di lavorazione vengono effettuate da personale dipendente specializzato in azienda o a domicilio come nel caso delle lavoranti. Sono donne che curano i passaggi del confezionamento da casa: alcune sono con noi da pochi anni, altre custodiscono i se-



greti della filiera produttiva da trent'anni».

I TESSUTI arrivano a Milano da Como o dall'Inghilterra. Taglio, punta, macchinatura, stiro, montatura, cucitura, attaccatura passante ed etichetta, controllo e imbustatura sono le fasi produttive curate dai 27 dipendenti, di cui 11 lavoranti a domicilio. «Le cravatte vengono controllate una a una», fa sapere l'amministratore unico dell'azienda che si prepara al traguardo degli ottant'anni di attività. «Saremmo contenti di

confermare il nostro trend per i prossimi 20 anni e di far decollare l'e-commerce che abbiamo in programma di avviare il prossimo anno». Il laboratorio milanese realizza circa 40mila pezzi all'anno, con un fatturato di poco superiore ai due milioni di euro. «Le vendite puntualizza Bigi - sono equamente divise tra Italia e estero. Ma il 70-75% dell'export arriva dal Giappone, un mercato che cavalciamo da vent'anni. Il resto lo fanno Stati Uniti, Corea e Europa: a Londra siamo nelle principali boutique di Oxford Street».



Verso gli 80 anni

L'azienda che produce cravatte vicino ai Navigli è l'evoluzione del laboratorio avviato nel 1938. I marchi sono "Bigi Cravatte Milano" e "stefanobigi".

I numeri

Realizza 40mila pezzi l'anno e ha un fatturato che supera i 2 milioni. L'export pesa il 50%, ma il 70-75% delle vendite all'estero sono in Giappone.

Tra passato e futuro

Tutte le fasi di lavorazione vengono effettuate dal personale in azienda o dalle lavoranti a domicilio come alle origini. Tra le sfide l'avvio di un negozio online.

Il settore moda

Secondo la Camera di Commercio di Milano sono quasi 200 le imprese giovani nate nei primi mesi del 2017 in Lombardia tra moda e design.