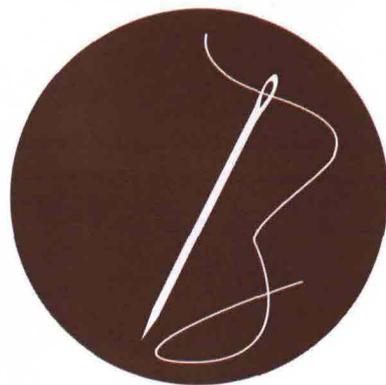


MAN AT WORK

Giovanni Bonotto

L'ARTE APPESA A UN FILO



Giovanni Bonotto, Direttore Creativo dell'azienda tessile di famiglia, quarta generazione, 200 dipendenti definiti "maestri d'arte", 40 milioni di euro di fatturato nel cuore dell'INNOVeTION VALLEY del Nordest, produce tessuti per l'haute couture, manufatti intrisi di anima, di storie di popoli lontani, di contaminazioni col cibo. Qui si tesse con le opere degli artisti di Fluxus alle pareti: ci coglie la sindrome di Stendhal... ma procediamo cauti e tra poesia visiva e videoarte tentiamo di capire come si può produrre lenti, cavalcare la crisi e aumentare il fatturato.

Partiamo dalla tua infanzia, come cresce un bambino che ha per babysitter Yoko Ono e che si sveglia al mattino con le sonorità di John Cage?

John Cage è il papà della musica contemporanea, uno dei più grandi compositori al mondo che ha destrutturato la musica negli anni 70. Ha fatto una sinfonia in fabbrica, ha acceso tutte le macchine e le ha fatte suonare come strumenti musicali producendo dei suoni, poi le macchine davano delle risposte e la fabbrica è diventata un'orchestra. Io ho cominciato da lì,

"Zang Tumb Tumb"... non sono i cannoni di Marinetti, è il suono dolce, lento e ripetitivo dei telai meccanici, siamo nel cuore della "Fabbrica Lenta", la bottega rinascimentale Luigi Bonotto S.p.A.

di Mara Cavedon

avevo sei anni. Qui sono passate tutte le più grandi menti artistiche di fine '900 come Beuys, Ben Vautier, Yoko Ono, Corner, J. Paik, Ben Patterson, Giuseppe Chiari. Sono cresciuto in un terreno fertile dove ho potuto maturare pensieri paralleli che mi hanno aiutato nella vita a ricercare soluzioni aziendali alternative.

Fluxus a Molvena (provincia di Vicenza, ndr), come mai?

Quando un artista dell'avanguardia Fluxus aveva bisogno di vendere un'opera o necessitava di rifugio sapeva che c'era un signore a Molvena, mio padre Luigi, che gli offriva accoglien-

za. Fluxus è una grande famiglia di artisti performativi e l'archivio Bonotto, oggi Fondazione, conta circa 12.000 opere.

Che eredità intende lasciare?

L'obiettivo è di creare un centro culturale polivalente a carattere internazionale in grado di divulgare l'azione di Fluxus: organizzare seminari, convegni e concerti per sostenere l'arte contemporanea. La Fondazione è nata lo scorso 10 giugno allo IUAV di Venezia con una Special lecture by Yoko Ono. "L'arte rappresenta un'opportunità per cambiare il mondo" spiega Yoko. Proprio per questo molte opere sono appese nelle pareti dell'azienda e negli uffici, perché, vedi, l'arte è lo strumento che ha destrutturato il pensiero industriale. È importante che le opere siano visibili a tutti. Ci vuole 'il tesoro' per impollinare le menti dei nostri maestri artigiani e per dar loro autorevolezza, altrimenti uno parla di niente. L'arte è la fonte che li autorizza a essere riconosciuti come tali, maestri d'arte.

Parliamo di Fabbrica Lenta.

Sono telaietti meccanici del 1956, fun-





zionano con le navette, li ho comprati da un fallimento giapponese. Sono telai per fare tessuti che durano a lungo: una volta uno si comprava il vestito da sposo e con lo stesso - magari rivoltato tante volte, ma durava tutta una vita - andava in cassa da morto.

La missione della fabbrica lenta è di produrre piccoli capolavori a regola d'arte, per fare questo ci vogliono i maestri che lavorino a regola e ci vogliono i meccanismi. Non più le fabbriche fotocopiatrici dove le maestranze sovrintendono ai processi start off-on, ci vogliono macchine che aiutino a mettere la cultura delle mani nel prodotto. Ecco che il prodotto diventa maieutico, non più un oggetto che il brand porti in giro ma un prodotto che ha un'anima, un'identità.

Cambiare è un processo difficile in ogni campo della vita: dal digitale alla manualità, com'è stato vissuto dai tuoi collaboratori e che cassa di risonanza ha prodotto nel territorio?

Come vedi le poesie visive sono appese ovunque e questo ha fatto in modo che si maturasse una certa sensibilità nelle maestranze. I sindacati hanno chiesto: "E se uno la rompe inavvertitamente cosa succede?" "Quanto costa un'opera?" Sono provocazioni alle quali non ho mai risposto. Ho dovuto far prendere coscienza che il loro lavoro vale un'opera di questo tipo. Per questo è nata la fabbrica lenta che toglie l'alienazione delle macchine ai lavoratori. Cambiare la radice di una ditta che ha 100 anni si può fare e i nostri 200 maestri artigiani ne sono una prova.

Quindi la Bonotto è una fucina rinascimentale.

Certamente. Noi manifatturieri italiani ce la faremo se portiamo avanti il DNA della bottega rinascimentale di Giotto e Cimabue, un DNA che è scomparso perché è stato cancellato dal brand e dalla comunicazione.

Il prodotto negli ultimi trent'anni è diventato solo comunicazione, ma a forza di comunicare siamo andati in saturazione e ora non ci sono più orecchie



disponibili ad ascoltare.

Parliamo di materie prime, di fibra primordiale.

Siamo nel cuore della fabbrica, qui c'è la banca della materia, il sapere tessile del mondo a disposizione dei clienti più esigenti come Dior, Hermes, Prada, Vuitton... Noi tessiamo qualsiasi tipo di fibra: dall'ultimo cotone dello Zimbabwe che non è OGM alla lepre della terra del Fuego che cerchiamo assieme al guardiacaccia, dal cammello andino (ce ne sono solo pochi esemplari nel deserto del Gobi) allo yak tibetano, dalle lane shetland fatte a mano dalle donne isolate alla carta dei Ferrero Rocher, solo per citarne alcuni.

Hai mescolato le flanelle andine all'amarone Masi, il vello di Yak col caffè Illy e poi ancora lane tinte con tabacco e mirtilli, da dove nasce il connubio tra moda e cibo?

La nostra tintoria è come la cucina di un ristorante perché le macchine si sono trasformate in delle pentole. Poi ho chiamato i grandi esperti del food come Illy, Rigoni, Maccaferri, Boscaini e Franzoni i quali mi hanno insegnato a tingere, ribollire e affumicare

le materie con risultati interessanti, sia visivi sia olfattivi.

Ho inventato un mondo che non esisteva perché il food ha un valore di seduzione molto forte, il fashion invece ha un coefficiente di seduzione bassa in questo momento storico. Unendo

fashion e food ho aperto dei linguaggi alternativi, solo gli italiani hanno questa incredibile capacità di esplorare mondi sempre nuovi.

Qual è il futuro dell'industria manifatturiera?

L'industria manifatturiera sta cambiando atteggiamento perché il problema è solo l'atteggiamento, cioè essere proprietari dell'alfabeto del contemporaneo. Il consumatore è diventato un consuma-autore che ha motivazione nell'acquisto e liquidità diverse da un tempo.

E la Bonotto?

Noi ci stiamo attrezzando a produrre di meno con tessuti che durano una vita, tessuti con una grande identità, con storie vere, non barzellette fatte dal marketing. Oggi i nuovi ricchi si vestono di storie rare, cercano le contaminazioni, i prodotti originali e fuori scala da esibire. L'alfabeto del futuro è già cominciato e la Bonotto è un ristorante a tre stelle Michelin dove ogni giorno si inaugurano virtuosismi nuovi e si fa la differenza. Noi non vendiamo tessuti, vendiamo arte tessile.

