



# Dalle lane del Bellunese a brand internazionale Così la maglia rosa ha un Dna tecnologico

## Le sfide visionarie di Castelli dal tessuto eco di Sitip

### La storia

di **Fabio Bozzato**

**U**na maglia non è una maglia se si tratta di ciclismo. Figurarsi per il Giro d'Italia. Per non parlare della mitica rosa, che festeggia i 90 anni. Meglio sarebbe dire che è un manufatto tecnologico. L'etichetta dovrebbe riportare che è fatta per gran parte di ricerca, una buona prova di aerodinamica in galleria del vento, l'orma del corpo che la indossa, una percentuale di tessuto e una pagina di storia sociale delle imprese.

Questa almeno è l'alchimia che si desume alla Manifattura Valcisman. È qui che esce la mitica Castelli, marchio leader nel mondo del ciclismo. Siamo a Fonzaso, nel cuore del bellunese, al margine della piana su cui incombe il Monte Avena. Irma e Olindo Cremonese ci arrivano nel 1946, finita la guerra, in cerca di buona lana per la cardatura e sanno che qui c'è la lamona, la migliore delle pecore. Così iniziano a filarla, a lavorare il tessuto, a confe-

zionare maglieria. È l'impresa mette radici. Il figlio Gerardo, appassionato di sci, per partecipare alla Marcialonga del 1972, decide di mettere mano a dei tessuti di acrilico, allora di ultima generazione: infilato nella sua

nuova tuta arancione stupisce tutti. A quel punto scopre che c'è un mercato sportivo, legato alla montagna, in cui l'azienda di famiglia può tuffarsi con un proprio brand. Nasce Sportful.

E il ciclismo? Il salto sulle due ruote lo fa la nuova gene-

razione di Cremonese nel 2003, acquisendo il marchio Castelli, proprio quello che firma la maglia rosa di quest'anno. «In quel momento, l'azienda che lo deteneva era in una fase di declino e il brand aveva perso il suo valore di mercato, ma non la reputazione e la fama: le due cose si erano disallineate», spiega Alessio Cremonese, ad del gruppo bellunese.

Intuito il potenziale, oggi quel marchio è un tesoro di fama globale. Con l'acquisizione di Castelli, la Manifattura nata tre generazioni fa, è diventato un gruppo con più marchi (l'ultimo, Karpos, dedicato all'outdoor) e una

complessa struttura societaria che vede anche Steve Smith, brand manager e socio, e dal 2019 il Fondo Equinox.

Tutti conoscono Castelli, ma forse pochi sanno la sua storia. Bisogna tornare indietro fino al 1876, quando il sartore milanese Gianni Vittore confeziona le divise dei cal-

ciatori di Milan e Juventus e dal 1910 sforna abbigliamento per ciclisti. Il vero salto coincide con l'arrivo di Armando Castelli a metà dei '30 e poi del figlio Maurizio, «un vero visionario — racconta Alessio Cremonese —: introduce i pantaloncini in lycra, il tessuto stampato e antivento, tutti prodotti diventati iconici. Abbiamo trovato i suoi disegni e dobbiamo molto alle sue idee d'avanguardia se oggi sappiamo quanto un indumento possa far risparmiare energia al ciclista e farlo andare più veloce di due o tre

km all'ora». Ecco perché i capi vengono testati in una galleria del vento a Trondheim, in Norvegia. Da dove vengono i tessuti? Altra sorpresa: «è un filato riciclato, prevalentemente da bottiglie di plastica», spiega Silvana Pezzoli.





vicepresidente e direttore commerciale di Sitip, azienda bergamasca specializzata in soluzioni tessili d'innovazione. La maglia rosa 2021 nasce da una gamma eco-friendly, la Native, «pensata e prodotta con il minor impatto ambientale e a limitata dipendenza da fonti non rinnovabili». Insomma, guardandoli sfrecciare, quella rosa che sbuca dal gruppo, la chiamereste ancora maglia?

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Gran finale**  
Il britannico Tao Geoghegan Hart vincitore del Giro 2020, festeggiato dai compagni con la maglia rosa che conquistò nella crono finale, strappandola sul filo dei secondi a Jai Hindley: i due arrivarono all'ultima tappa con lo stesso tempo. A destra, Alessio Cremonese, ad di Castelli (foto LaPresse)

