

Fazzoletti con la monetina, così si sfida la crisi e la sfiga

Pubblicato: Venerdì 2 Ottobre 2009

E' la creatività l'antidoto ad una crisi che, in via Ardigò a Gallarate, è cominciata molto tempo prima che il tracollo finanziario internazionale travolgesse tutti. Dal **1954 , anno in cui la manifattura Graziina vide la luce** , molte cose sono cambiate. Da tempo l'impero delle multinazionali della carta, gli interessi della grande distribuzione e persino le logiche del consumismo esasperato tentano di screditare l'uso del fazzoletto di stoffa a favore del pacchettino usa e getta, tanto che **Graziina è rimasta una delle poche, in Italia, a produrre quadrati di cotone** . Come lei, ancora resistono due grandi aziende, entrambe attive nel Nord Italia.

A Gallarate, nonostante i disarmanti giochi al ribasso imposti dai



distributori alla produzione, Graziina scommette sulla qualità e, soprattutto, sulla fantasia: «Ci siamo inventati **un insolito packaging provvisto di una moneta** da un centesimo così, chiunque regali un fazzoletto di stoffa, potrà essere risarcito dal destinatario e scacciare la funesta superstizione secondo cui offrire fazzoletti porta lacrime», racconta il titolare **Gianni Puricelli** , che oggi dirige l'azienda con la moglie **Maria Giovanna Graziina** .

Qui il quadrato di cotone è visto come una pagina bianca, dove si possono stampare **filastrocche tradizionali inglesi** , simpatiche **rime intonate al tema di qualche occasione particolare** (esilaranti quelle proposte per San Valentino), o **dichiarazioni surreali** , come quella che recita: “**Da grande vorrei essere un lenzuolo**”. Non mancano articoli più tradizionali, ma certo lontani dalle stampe a quadrettoni o fiorellini che andavano di moda prima che l'arrivo sul mercato dell'usa e getta ridimensionasse drasticamente il settore: l'eleganza, il colore e, ancora una volta, la fantasia fanno dei fazzoletti Graziina dei piccoli dettagli moda, tanto che di essi si sono occupati, negli ultimi mesi, anche **alcune riviste nazionali** , tra cui “Girl”, “Donna & Mamma”, “Fare Vela”, “Fashion”.

Inoltre, per i titolari dell'azienda gallaratese, il fazzoletto di cotone non è un semplice accessorio, ma **il simbolo di valori – come l'eleganza e l'ecologia – che vanno recuperati** . Per difenderli, Graziina ha inaugurato **una pagina sui principali social network** , come **Facebook, Twitter e My Space** , e ha addirittura aperto **un blog** dal titolo “**Mettiamoci il naso**” che dallo scorso marzo è già stato visitato da oltre duemila internauti, incuriositi dai molteplici argomenti – dalle curiosità ai modi di dire, dal consumo critico ai consigli di moda, dall'attualità al fai da te – che ruotano intorno



al fazzoletto di stoffa. «Siamo consapevoli che, per vincere le sfide che oggi il mercato ci propone, **sia necessario sfruttare tutti i canali di comunicazione** che la società moderna ci mette a disposizione – spiega Maria Giovanna Graziina -. Attraverso di essi, vorremmo raggiungere il nostro target, composto da persone giovani, informate, sensibili ai problemi dell’ambiente. Perché non bisogna dimenticare che lo spreco di carta connesso – anche – alla produzione di fazzolettini incide notevolmente sugli equilibri ecologici della Terra». Insomma, per affrontare la crisi serve una buona dose di creatività, cioè la **capacità di rinnovare il proprio prodotto, anche quando il mercato vorrebbe darlo per superato** . La strada, per Graziina, è ancora lunga: “Ma val la pena di continuare, anche per salvaguardare una produzione, quella tessile, che ha fatto la storia del nostro territorio”, conclude la titolare.

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it