Ufficio Stampa della Provincia autonoma di Trento
Piazza Dante 15, 38122 Trento
Tel. 0461 494614 - Fax 0461 494615
uff.stampa@provincia.tn.it

COMUNICATO n. 1303 del 24/05/2024

Massari e Marenzi (Herno Group): “I segreti dell’economia della bellezza italiana? Sostenibilità, territorio e qualità”

“Il cibo deve essere anche bello, non solo buono”. Esordisce così, al Festival dell’Economia di Trento, Iginio Massari, parlando di economia della bellezza e di Made in Italy: “Bello esteticamente, ma anche rappresentativo di un territorio – continua – e di qualità”. Concorda il suo “collega” di eccellenze – non nel food ma nella moda – Claudio Marenzi, presidente di Herno Group: “La moda deve essere anche buona, il che significa oggi sostenibile. Sostenibile in termini ambientali ma anche socialmente: Olivetti parlava di fabbriche per l’uomo e credo che mai come oggi si tratti di un valore imprescindibile”.

Dopo anni in cui l’Italia ha dato, stando alle parole di Marenzi, “per scontata la sua eccellenza, il suo vantaggio competitivo, ed ha dato vita ad un gap enorme in termini educativi, oggi, finalmente, nonostante il calo demografico, assistiamo a un ritorno dell’artigianato: c’è ripresa dell’interesse verso il manufatto, verso il pensiero lento, verso un lavoro che si fonda su un rapporto uno a uno e non sulla serialità”.

Si è dunque riscoperta la passione per certi mestieri. O meglio, come corregge prontamente Massari, “l’amore. Perché la passione è fugace, mentre per me la pasticceria è amore. Quando ero piccolo, mia madre aveva una trattoria e gelateria e faceva la crema gelato sulla stufa, per poi metterla a raffreddare su di un’asse, in grandi recipienti di terracotta. Giocando, un giorno – racconta al pubblico - sono caduto in uno di questi. Ecco perché, scherzando, mi piace dire che sono come Obelix. In realtà, fuor di aneddoto, il mio lavoro è qualcosa per cui do tutto me stesso, dalle 2.30 del mattino alle 22.30, quotidianamente. E mi spendo attivamente perché (come testimonia il ddl che porta il suo nome, ma anche l’accademia di formazione che ha fondato *n.d.r.*) l’Italia sia sempre più una bandiera del bello e del buono”.

Passione che non è passione, bensì ossessione, anche per Marenzi, che lega il suo arrivo a Montura a un incrocio tra la stima e l’ispirazione che il brand aveva sempre suscitato su di lui, all’amore per la montagna avuto fin da piccolo.

Quali che siano gli inizi, ciò che conta è la fine: prodotti Made in Italy che sono eccellenze perché di qualità. Ma cos’è la qualità oggi? “Per me sono le materie prime eccellenti – conclude Massari. Il che significa per esempio non utilizzare vanillina come nei prodotti industriali, ma vaniglia, benché possa arrivare a costare anche 800 euro al chilo; il che significa una rigida attenzione alla filiera e ai partner che si scelgono”.

Qualcosa che varia nel tempo, invece, per il presidente di Herno Group: “La qualità cambia: una volta nella moda contavano per esempio le cuciture fatte a mano, oggi più i tessuti e la loro performatività. Quello che conta è che, al di là di cosa sia, la gente la comprenda e la ricerchi”.

(kd)