



1. Coccinelle
2. Pinko
3. Ernesto

PARMA

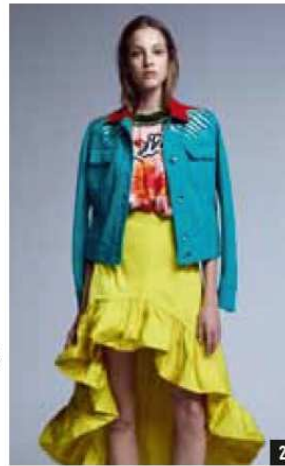
UN PICCOLO POLO DEL SARTORIALE



La quarta provincia dell'Emilia-Romagna per numero di abitanti, arcinota per il prosciutto, nasconde in realtà un ricco patrimonio di moda. Con storie all'insegna dell'eccellenza tutte da raccontare

DI ELISABETTA FABBRI

Si dice Parma e si pensa al prosciutto. Ma a far parlare della quarta provincia dell'Emilia Romagna (per numero di abitanti) sono anche brand della moda contemporary come **Pinko**, al traguardo dei 30 anni di storia, o le borse **Coccinelle**, nate nel 1978 e ora nell'orbita dei coreani di **E-Land**. E ancora i profumi **Acqua di Parma** (controllati da **Lvmh**) o il menswear **Caruso**, saldamente radicato nel territorio, anche se il 35% del capitale è dei cinesi di **Fosun** (vedi anche a pag.28). Tuttavia, se la moda ha messo le radici in questa città emiliana lo si deve a storie meno conosciute, nate nel primo dopoguerra, come quelle della **Ramcy** (specializzata nei capispalla di lusso), della **Longhi** (abbigliamento e accessori in pelle) e della **Glans** (sportswear). Grazie a loro sono fiorite imprese sinonimo di eccellenza nel sartoriale tra cui la stessa **Caruso**, ma anche **Valditaro** e **Gianfranco Bommezzadri**. «La nostra era una piccola sartoria, che solo negli anni '90 ha lanciato il proprio marchio Gianfranco Bommezzadri» racconta **Enrico Mezzadri**, titolare con la moglie **Elisabetta Bommezzadri** dell'azienda fondata nel 1954 dal suocero sarto, a tutt'oggi figura chiave del team. Nel 2013, in collaborazione con **Vincenzo Reggiani** del multimarca di Rimini **Lacerba**, lancia un prodotto innovativo: «Una giacca maschile completamente decostruita, vuota all'interno, in tessuti particolari, confortevole come un cardigan». La giacca «che non c'era» - battezzata **Ernesto**, in omaggio a **Oscar Wilde** - ha avuto un successo inatteso, tanto da sconfinare nel mondo femminile. E da portare allo sviluppo della linea **Paideia**, «per rispondere a un ritorno di interesse per l'abito maschile», facendo tesoro dei concetti vincenti di **Ernesto**. Nel nuovo corso dell'azienda, che oggi fattura circa 8,5 milioni di euro e conta 110 dipendenti, c'è una nuova sede da ultimare in due anni, «con un occhio di riguardo a sostenibilità e qualità della vita lavorativa». Mezzadri è anche nel cda di **Parma Couture**, consorzio di una quarantina di imprese, nato nel 1984 e supportato dalla **Regione** e dalla **Camera di Commercio** locale. La costituzione dell'**Emilia-Romagna Fashion Valley** potrebbe avvantaggiare anche il mini-distretto parmense? «Essere piccoli oggi - risponde Mezzadri - impedisce di portare avanti molti progetti. Ben vengano iniziative in grado di far emergere la cultura del lusso di Parma».



A LITTLE TAILORING CLUSTER

The province with the fourth largest population in Emilia-Romagna, well known for the prosciutto, conceals a rich fashion heritage. It has many stories to tell about its outstanding companies

When someone says Parma, people think about prosciutto. But the province with the fourth largest population in Emilia-Romagna is well known also because it hosts contemporary brand **Pinko**, handbags label **Coccinelle**, created in 1978 and now owned by the Korean **E-Land** group, fragrances **Acqua di Parma** (owned by **Lvmh**) and menswear brand **Caruso**, firmly rooted in the local area, though Chinese conglomerate **Fosun** owns a 35% stake. Yet the city also boasts lesser-known stories, companies established in the postwar period such as **Ramcy** (luxury outerwear), **Longhi** (clothing and leather accessories) and **Glans** (sportswear). It is thanks to these firms that other tailoring companies, such as **Caruso**, **Valditaro** and **Gianfranco Bommezzadri** have flourished in the area. «We started out as a small tailor's shop that launched its own brand Gianfranco Bommezzadri in the '90s» recounts **Enrico Mezzadri**, co-owner with his wife **Elisabetta Bommezzadri** of the company founded by his father-in-law in 1954, a tailor who is still a key figure in the team. In 2013, in collaboration with **Vincenzo Reggiani** of Rimini multi-brand store **Lacerba**, the company created an innovative product: «A completely deconstructed men's jacket, empty inside, made from special fabrics and as comfortable as a cardigan». The jacket «that wasn't» - named **Ernesto**, in homage to **Oscar Wilde** - enjoyed unexpected success, so much so that it entered women's fashion and led to the development of another project, **Paideia**, responding to a new consumer demand for tailored suits. Gianfranco Bommezzadri, which now has revenues of € 8.5 million and 110 employees, is working to a new headquarters, «with an eye to sustainability and working quality of life». Mezzadri is also an active member of the **Parma Couture** board, a consortium of around forty companies created in 1984 supported by the **Region** and the **Parma Chamber of Commerce**. Could the mini-district of Parma benefit from the establishment of the **Emilia-Romagna Fashion Valley**? «Being small today - answers Mezzadri - prevents companies from working on many projects. We welcome initiatives that will promote Parma's luxury culture».