

Storia e futuro dei bottoni Bonfanti, piccoli scrigni di vero made in Italy

L'azienda di Torino, fondata nel 1946, porta i suoi prodotti in tutto il mondo e sta digitalizzando il suo archivio per ispirare le nuove generazioni di creativi. Mentre le giovani nipoti del fondatore si preparano a guidarla

by Chiara Beghelli



La scatola dei bottoni della nonna è uno scrigno di colori e suoni croccanti nei ricordi dell'infanzia. Immergervi la mano, un piacere difficile da superare, anche a distanza di anni. Una sensazione che può far assomigliare una fabbrica di bottoni a un luogo dei sogni. Luogo che esiste davvero: si trova a Torino, al 20 di via Baltea, un edificio ottocentesco dal 1946 sede della **Fratelli Bonfanti**, produttori di **bottoni d'eccellenza**.

Il glorioso made in Italy è fatto anche di dettagli che nascono lì, in quelle stanze.

A disegnare circa 200 nuovi modelli ogni anno è Elio Bonfanti, figlio del fondatore Walter e fratello di Mario, presidente dell'azienda e sua mente manageriale. È stato lui negli anni Settanta a capire che i loro bottoni avrebbero dovuto superare il confine italiano per farli conoscere nel mondo. **Oggi all'estero va il 70% della produzione Bonfanti**, verso 12 Paesi, in 500 delle migliori mercerie internazionali. I ricavi si attestano a circa un milione di euro.

«È la passione che ci dà energia, e il nostro mestiere è fantasia, ricerca del nuovo - dice Mario Bonfanti, 71 anni, con voce pacata e convinta -. L'aspetto più difficile da affrontare, ma anche molto bello, è che non soddisfiamo un bisogno, ma lo creiamo».

Una passione che passa in ognuno delle migliaia e migliaia di bottoni realizzati in oltre 70 anni di storia: «**La nostra manualità artigianale si sente al tatto**: dal taglio delle materie prime alla finitura alle tinte. Purtroppo la capacità di riconoscerla è sempre più rara. Quante persone oggi potrebbero distinguere vari tipi di stoffa? Lo stesso accade con i bottoni. **Ma ci tutela la nostra presenza in alcune delle mercerie più belle del mondo**, da **Britex Fabrics** a San Francisco alla Nordiska Kompaniet di Stoccolma, la Mercerie Saint-Pierre a Parigi e **Tender Buttons** a New York. Lì la vendita è seguita, consigliata, e vi entrano persone informate, che sanno distinguere fra una madreperla di Tahiti e una australiana».



Storia, ma anche tratti nuovi come l'attenzione per la sostenibilità e il riuso, la passione per il fai da te e anche il gusto per la personalizzazione, trainano oggi le vendite di Bonfanti: «**Il 25-30% del nostro sell out è generato da signore benestanti che comprano un abito griffato ma che ne vogliono cambiare i bottoni**, perché non li trovano all'altezza della qualità della stoffa o del taglio, e vogliono inoltre qualcosa di esclusivo», nota l'imprenditore. La Fratelli Bonfanti ha nel suo lungo curriculum anche rapporti con la moda, collaborazioni con **Giorgio Armani, Etro, Brooksfield, Escada**: «Sa come nacque quest'ultima? Passeggiando a Como il designer vide i nostri bottoni nella vetrina della Casa del Bottone a piazza Peretta. Gli piacciono e arriva a noi. Collaboriamo con successo per due stagioni, dopodiché più nulla, anche se avevamo proposto loro di consultare il nostro campionario. **La moda ha queste logiche e questo è il suo limite per noi. Le dirò di più: anche il celebrato "made in Italy" è in pericolo**».



«Le racconto un caso emblematico - prosegue -: il nostro distributore per il Giappone, una famiglia cinese, ci ha invitato a partecipare a una fiera a Shanghai con altri suoi clienti. Nello stand ero pertanto insieme ad altri imprenditori cinesi. È passato un buyer di un importante marchio di moda italiano, ha notato la mia presenza e mi ha chiesto se producessi dunque tutto in Cina. Alla mia risposta “no, facciamo tutto in Italia”, il suo interesse è subito sfumato. **“Perché devo aspettare i tempi italiani e pagare anche di più?”**, mi ha fatto notare. Di fronte a un atteggiamento del genere, tutta la poesia sul **made in Italy** crolla. E poi, è ancora vero che noi italiani facciamo delle cose che gli altri non fanno? Non ne sono certo. **Oggi in Cina ci sono artigiani bravissimi** con mani minute e facilmente istruibili nella ripetizione dello stesso pezzo in migliaia di tirature. Non c'è nulla che non possa non essere prodotto con qualità anche lì. **La legislazione relativa al made in Italy non ci aiuta**, quando basta che solo il 10% di un processo produttivo sia realizzato in Italia per potersi fregiare di questo titolo».

Eppure, la manifattura italiana ha una sua peculiarità, che la rende ancora forte nel mondo: **«Avere una rete di tante piccole aziende con la loro specializzazione** - spiega Bonfanti -. Noi stessi collaboriamo con chi lavora la madreperla, il cuoio, il legno, il metallo stampato o pressofuso, la galalite, il cocco, il corozo (una sorta di avorio vegetale ricavato da una noce di una palma dell'Ecuador, nda), vetro, ceramica, passamaneria. Mio fratello Elio è in viaggio almeno due giorni alla settimana per la creazione e la ricerca di nuovi modelli».

Intanto, la storia di questa azienda di famiglia si prepara alla sua prossima puntata: mentre è in corso **un processo di digitalizzazione del suo archivio con l'Istituto d'Arte Aldo Passoni** e il sostegno della contessa Consolata Pralormo, impegnata nella tutela delle eccellenze della moda torinese, le figlie quarantenni di Mario, **Chiara e Serena, si stanno preparando ad ereditarla**. Chiara si occupa del customer care, Serena è l'export manager.

«Non le ho spinte a entrare in azienda - spiega il loro papà-. Serena, per esempio, è laureata in filosofia e un master in Peace Keeping l'ha portata poi a lavorare come Project Manager in progetti in diversi Paesi in via di sviluppo. Poi verso i 35 anni mi ha chiesto di entrare in azienda. Due mesi dopo era già in fiera e mi ha chiamato dicendomi: **“Papà, sai che è bello vendere una cosa che porta il nostro nome?”**». Serena si è appassionata al punto da lanciare un piccolo marchio, “La guerra dei bottoni”, titolo tratto da un romanzo di Louis Pergaud, composta da T-shirt e cravatte con bottoni intercambiabili secondo lo stato d'animo di chi le indossa, piccole opere d'arte disegnate da “Jins”, l'artista Paolo Gillone.



Serena e Chiara Bonfanti

«Sentono la carica della tradizione e la voglia di continuare nel nostro mondo, dicendo anche tanti no, rispettando la nostra identità e il nostro saper fare», conclude.