

PRATO L'ULTIMA IDEA DEL LANIFICIO PONTETORTO: LINEE PERSONALIZZATE PER I GRAND HOTEL

Una coperta in pile per scaldarsi alle terme

PRATO

L'ULTIMO business è nato da un regalo di Natale. «Inviavamo a clienti e fornitori una piccola coperta in pile come augurio fatto in casa per le festività. Presto ci siamo accorti che quel gadget poteva avere vita anche fuori da un pacco dono. L'abbiamo proposta agli hotel di lusso e oggi abbiamo una linea di coperte diffusa in spa, centri benessere e ristoranti». Parole di Elena Banci, che con i fratelli Enrico e Luigi, tutti under 50 guida il lanificio Pontetorto, fondato dal padre Bruno nel dopoguerra.

Il Pontetorto, 85 dipendenti, è una costante fucina di innovazioni e idee. Così il Four Season di Firenze ha ordinato coperte personalizzate per tenere al caldo gli ospiti del centro benessere fra un massaggio e una sauna. Il colpo ad effetto è stato il ristorante Bellevue di Cortina d'Ampezzo, rilevato dallo chef Visani, che assieme al menu porge coperte arancio e nero le tonalità della casa, per i clienti che pranzano in terrazza sfidando le temperature dolomitiche. Di pranzo in cerimonia, il pile del Pontetorto diventa stola per il pubblico delle sfilate all'aperto di Scervino e per gli invitati ai matrimoni fra rampolli russi, che festeggiano di sera sulla spiaggia di Forte dei Marmi.

LE COPERTE regalo trasformate in affare sono solo un esempio di come al Pontetorto tutto sia creatività e innovazione. Il lanificio ha tre linee di produzione: una, la «sportsystem», legata al pile che l'azienda vanta di avere prodotto per prima in Italia giusto trent'anni fa e dove ha di recente raggiunto un accordo col colosso americano Polartec. Poi la «classic», con produzione di stoffe tradizionali per cappotti e capispalla e l'Avantgarde con tessuti leggeri per pantaloni, giacche, tail-

leur. In questo segmento è in atto un vero e proprio boom del jersey, il tessuto a maglia, al quale Pontetorto dedica una divisione aziendale, con uffici e linee di produzione separate dal resto del gruppo. «Il jersey è da sempre nelle nostre collezioni», spiega Elena Banci - e da qualche tempo abbiamo deciso di puntarci con decisione per il mercato che chiede tessuti soffici e avvolgenti, caldi ma leggeri». Pontetorto ha fatto campagna acquisti assumendo un tecnico disegnatore specializzato anche nella vendita e potenziando il settore commerciale.

Mentre intorno molti chiudono o ridimensionano sopraffatti dalla crisi, qui si cresce.

«Il segreto? Lavorare, lavorare e lavorare - risponde Banci - lavorare e rispettare le scadenze con clienti e fornitori». Fra tante innovazioni, un impasto di saggezza e buone maniere all'antica.

Piero Ceccatelli



Elena Banci

