

MODA

LA STORIA
DEL CALZINO
MADE IN ITALY

L'impresa fondata a Parabiago nel 1938 è alla terza generazione

Crescono l'export e l'interesse dei buyers italiani e soprattutto stranieri

Testimonial d'eccezione l'ex campione azzurro Claudio Marchisio

Per stare al passo
adesso il calzino Red
è in cotone biologicodi **Eva Desiderio**

Una storia di famiglia, una storia di vero Made in Italy, arrivata oggi alla terza generazione e con una gran voglia di unire sempre di più tradizione e sperimentazione, glorie produttive del passato alla ricerca e all'innovazione totale per il futuro. Questa è la storia di Rede, Calzificio di Parabiago fondato nel 1938 da Mario Re Depaolini (di qui Rede), imprenditore coraggioso e visionario che ha saputo trasformare una felice intuizione in un successo imprenditoriale internazionale. Impreditore a tutto tondo De Paolini che consolida il brand negli anni Cinquanta con il potenziamento dello stabilimento e l'acquisto di macchinari Bentley all'avanguardia e poi negli anni Sessanta decide di fare il salto verso i mercati esteri, Europa e Stati Uniti, cominciando una distribuzione alta e selettiva nei migliori negozi. Alla sua morte nel 1964 il timone dell'azienda passa a sua moglie Carla Musazzi (dal 1990 **Cavaliere del Lavoro**) che la sprona e la potenzia e che ancora oggi, a ben 103 anni, ne è presidente e guida illuminata.

Con lei dal 1973 il nipote Ernesto Marazzini, amministratore delegato, e insieme a lui a guidare l'azienda che ha sempre sede a Parabiago ci sono i due figli Giovanni e Michele, rispettivamente sales manager e operation manager. Dunque terza generazione. «Il nostro prozio Mario Re Depaolini è stato un visionario e nostra zia che compirà 104 anni a settembre, Carla Musazzi, è lucida e presente sulle cose dell'azienda ancora adesso. Suo marito è stato lungimirante e ha capito che nell'Italia del dopoguerra bisognava muoversi e andare per il mondo. Fu tra i primi imprenditori italiani in America», racconta Giovanni Marazzini che ricorda come nel 2010 si sia lanciato il marchio alto di gamma Red che ha partecipato all'ultimo Pitti Uomo di giugno. Oggi l'azienda di Parabiago vende il 70% dei suoi calzini doc in Italia e il 30% nel mondo.

«L'obiettivo è lo sviluppo» - continua Marazzini -

come agli inizi del brand, e puntare ancora di più sulla qualità: per questo abbiamo lanciato Red che ci sta dando molte soddisfazioni e una clientela speciale. Puntiamo anche al segmento della donna ora in forte dinamismo e in questo ci aiutano molto anche le passerelle del pret-à-porter che rilanciano sempre l'uso del calzino al femminile. Siamo impegnati anche sul fronte bambino/a ma anche lì vogliamo ancora crescere e poi abbiamo importanti commesse da grossi brand soprattutto al maschile». Dopo due anni di stop forzato il ritorno di Red a Pitti Uomo 102 ha ridato una carica di positività per il bell'afflusso di buyer stranieri.

«Il nostro core business è portare avanti i nostri marchi - insiste Marazzini - Rede e Red che vanno bene e hanno ripreso le posizioni produttive e di business pre-pandemia. Nel 2021 siamo in crescita del 30% rispetto all'anno prima, e quest'anno chiuderemo in parità col 2019, con previsione di crescita del 15% sul 2021. Abbiamo 35 dipendenti solo nel calzificio di Parabiago impegnati tutti sulla qualità massima del prodotto, col controllo sicuro di tutta la filiera».

L'ultima scommessa già vincente è quella del cotone biologico certificato, come nel caso della collezione Red lanciata a Pitti Uomo che da calzino fa partire con un lettering semplice ma importantissimo un messaggio di pace e di speranza per il mondo. «Crediamo nella sostenibilità, di prodotto e sociale, con il controllo totale del ciclo aziendale. La decisione di usare cotone biologico l'abbia-



Superficie 60 %

mo presa anni fa – continua il sales manager Marazzini – e ci affidiamo anche a fornitori storici egiziani per la miglior qualità. Sono aziende che hanno valori simili ai nostri. Made in Italy e approccio green vanno di pari passo. Col cotone biologico abbiamo la certificazione Ekotex e anche Gots».

Ma si punta anche sullo sviluppo digitale e dell'e-commerce. «L'on line marcia ma noi crediamo sempre nei negozi fisici – chiude Marazzini – e siamo entrati infatti in multibrand prestigiosi con le nostre calze e i nostri calzini, prodotti forti e di immagine. Il nostro testimonial è Claudio Marchisio, un uomo sportivo elegante, con lui la nostra famiglia ha un'alchimia speciale». Continua anche la collaborazione con lo stilista pioniere della moda green, Tiziano Guardini, che ha guidato il percorso di Rede e Red verso la sostenibilità.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Giovanni Marazzini, a destra, in alto, tiene alto il prestigio del marchio Rede fondato dal prozio nel 1938. Oggi testimonial del brand Red è l'ex campione Claudio Marchisio. Al centro, un esempio della produzione più recente che punta a messaggi di pace e speranza attraverso il lettering