

La *RI-Generazione* del Tessile Pratese

A CURA DI
COMMUNICATION PLANET

Lyria, il futuro ha radici nella memoria

In un settore tessile che nel 2025 ha mostrato tutta la sua fragilità, Lyria ha scelto di accelerare. L'azienda di Montemurlo, nata all'inizio degli anni Duemila dall'incontro fra Riccardo Bruni e Nino Cerruti, ha chiuso il 2025 con un fatturato di 20 milioni di euro, oltre 30 dipendenti e un patrimonio netto superiore a 6 milioni. Numeri da PMI solida, che continua a investire senza rinunciare alla propria identità. "Conoscevo Nino Cerruti dagli anni Ottanta - racconta Bruni - e decisi di iniziare insieme questa attività. Per me è stato un mecenate. Siamo rimasti insieme fino al 2016". Da quel rapporto nasce una cultura del prodotto fondata su ricerca, qualità e libertà creativa. Il cuore dell'azienda resta il tessuto

per l'abbigliamento di alta gamma, destinato alle grandi maison internazionali, ma dal 2021 Lyria ha aperto anche all'interior con The House of Lyria, oggi seguita dalle figlie Giulia e Ginevra. Ad agosto 2026 la linea casa segnava un fatturato in crescita del 77% sullo stesso periodo del 2025, mentre il core business cresceva del 5,6%. Due mercati con cicli differenti che diversificano il rischio. Intanto il patrimonio storico diventa un asset strategico. "L'archivio conta quasi 35 mila campioni - spiega Cristina Catani, Consigliere Delegato alle Relazioni Istituzionali e all'Internazionalizzazione - e da quest'anno è in corso un progetto di digitalizzazione, sostenuto dal bando Innovazione Moda della Regione Toscana, che dovrebbe

concludersi nel marzo 2027". Due archivisti stanno catalogando i materiali, mentre Lyria tutela la proprietà intellettuale di circa 700 articoli all'anno. L'archivio digitale costituirà anche la base per il futuro passaporto digitale di prodotto. L'azienda guarda oltreconfine: Catani ha partecipato al X Forum PMI Italia-América Latina di Buenos Aires. Sul fronte della formazione Lyria collabora con università internazionali e, con Politecnico di Milano e Prince Sultan University di Riyadh, ha sviluppato la Threads of Innovation Academy, da cui è nato un prototipo presentato al Salone del Mobile. Il progetto più ambizioso è la nuova sede: sette capannoni per circa 10 mila metri quadrati, 1.500 dei quali destinati a un archivio-museo aperto, su invito, anche a studenti, scuole e studiosi. La nuova "fabbrica laboratorio" dovrebbe essere operativa entro due anni. Nel 2028 è prevista la trasformazione in Società Benefit. "Significa scrivere nello statuto ciò che già facciamo - conclude Catani - accanto al profitto, un beneficio per il territorio, per le persone e per la filiera". Una filosofia che passa dalla certificazione per la parità di genere - 17 donne su 30 dipendenti - e dall'investimento nel team building e in un ambiente di lavoro in cui ciascuno possa riconoscersi. Per Lyria investire nel futuro significa custodire la memoria e trasformarla in valore.

Il tessuto come materia prima: la filosofia di Lyria

Prima ancora di guardarlo, Riccardo Bruni un tessuto ha bisogno di toccarlo. Sentirne il peso, la superficie, seguirne le irregolarità. Per lui la materia viene prima dell'immagine e forse persino prima dell'idea. Il digitale, per lui, serve a conservare e a trasmettere; ma la sostanza resta il tessuto, e il tessuto si tocca. È una dichiarazione di priorità - la materia prima dell'immagine - che, nell'epoca dell'intelligenza artificiale, racconta molto della sua idea di lavoro e di bellezza. Bruni cerca il tessuto, non si limita a progettarlo. Il telaio diventa una tavolozza e la materia qualcosa con cui dialogare, capace quasi di suggerire quando fermarsi o quando continuare a lavorare. È una filosofia che parte dal passato senza trasformarlo in nostalgia. Anche la futura sede di Lyria avrà il sapore delle vecchie fabbriche ottocentesche. "Se non conosco il passato, se non lo ami e lo rispetti, non vai da nessuna parte". Ma dietro l'estetica c'è soprattutto una concezione umanistica del lavoro: una fabbrica deve avere luce, aperture verso l'esterno, possibilmente un giardino. Perché, ricorda Bruni, "in fabbrica si trascorre una parte enorme della propria vita". Allo



stesso modo un tessuto non dovrebbe nascere semplicemente per essere consumato; deve accompagnare chi lo possiede, trasformarsi, invecchiare. I tessuti Lyria nascono per durare, per sfidare il tempo: il tempo non ne cancella necessariamente la bellezza, ma ne aggiunge altra. L'obiettivo è lasciare un segno riconoscibile anche nel tempo. "Vorrei che tra trent'anni, davanti a un capo vintage, qualcuno potesse dire subito: è un tessuto Lyria". In questa ambizione convivono industria, memoria e futuro: tre dimensioni che per Bruni non possono essere separate. E anche la sostenibilità, allora, assume un significato meno convenzionale.

Per Lyria è una questione di DNA prima che di certificazioni: materiali naturali, tinture ottenute da sostanze come il caffè e il cacao, tessuti pensati per restare. Alla base troviamo l'idea di creare qualcosa destinato a durare, fino a poter essere trasmesso da una generazione all'altra. In questa visione ritorna inevitabilmente Nino Cerruti, maestro prima ancora che socio, ricordato da Bruni con una devozione che supera il rapporto professionale: "È stato il numero uno in tutti i sensi". Forse è proprio qui il senso ultimo del suo lavoro: la materia passa dalle mani, il tempo la trasforma, e solo ciò che ha davvero un'identità diventa memoria.



TEAM LYRIA

D'Etoffe, l'arte di essere unici

Forte di una solida struttura tecnologica e dell'ingresso della nuova generazione, l'azienda toscana consolida il primato negli Stati Uniti e guarda al controllo totale della filiera

La qualità, per D'Etoffe, non è mai stata un punto d'arrivo, ma il punto di partenza. Quando all'inizio degli anni Novanta Massimo Carosella decise di dare vita a una nuova impresa, la strada scelta è già chiara: niente rincorsa ai grandi volumi, ma velluti d'arredo capaci di distinguersi per ricerca, manifattura e bellezza. Una scommessa non scontata per un gruppo di imprenditori poco più che trentenni, diventata negli anni l'identità stessa dell'azienda. "Fin dal primo giorno l'idea era fare un bel prodotto. Non siamo mai entrati nell'ottica dei volumi: volevamo qualcosa che ci distinguesse", racconta Carosella. Una scelta che ha portato D'Etoffe lontano: oggi l'export vale circa l'85% del fatturato e nell'ultimo

anno i suoi tessuti hanno raggiunto 52 Paesi. Dopo anni in cui l'Inghilterra ha rappresentato il mercato di riferimento, oggi il primato spetta agli Stati Uniti, dove l'azienda ha superato anche l'impatto dei dazi. "Se si realizza un prodotto bello, qualificato e ricercato, anche un dazio del 10-15% finisce per incidere relativamente". Intanto, dopo la brusca frenata seguita al Covid, dalla Cina arrivano nuovi segnali di interesse. "A sostenere questa vocazione internazionale c'è una struttura di una trentina di persone e un importante patrimonio tecnologico", sottolinea Carosella. "Una capacità che permette di diversificare fortemente l'offerta e gestire migliaia di varianti". La prossima sfida guarda ancora alla qualità,



MASSIMO E VALENTINA CAROSELLA

ma passa da un maggiore controllo della filiera. "Vogliamo essere diversi nell'approccio, nel prodotto, nella conoscenza, avendo sempre l'ultimo sguardo sul prodotto prima della consegna al cliente", sottolinea Carosella. Un futuro nel quale avrà un ruolo sempre maggiore la figlia Valentina, in azienda da circa dieci anni e punto di riferimento nella gestione dei principali clienti e nelle strategie di mercato. "La qualità viene

prima di tutto. Nonostante le difficoltà della filiera, cerchiamo di garantirla sempre al cliente finale", spiega. Una continuità costruita sul campo, in un'impresa dove anche la presenza femminile è già maggioritaria: 16 donne su circa 30 addetti. E dove duemila metri quadrati di pannelli solari raccontano un altro investimento sul futuro. Perché per D'Etoffe il punto fermo resta quello delle origini: un prodotto unico e riconoscibile in tutto il mondo.



DA SX: LUCA, ROBERTO, DANIELE E GIANLUCA SACCENTI

Lanificio Faisa: dal lino alle calzature, cinquant'anni di sfide

Cinquant'anni fa la sfida era lavorare il lino nella Prato della lana. Oggi è valorizzare la bellezza dei tessuti in tutte le forme. Cambiano i mercati e i prodotti, ma resta la vocazione alla sperimentazione del Lanificio FAISA, nato nel 1975 dall'iniziativa di tre imprenditori, tra cui Roberto, provenienti dalla stessa azienda pratese e poi diventato interamente della famiglia Saccenti. "Il primo successo commerciale arrivò proprio con il lino, all'epoca una fibra ancora poco diffusa in Italia. Fummo tra i primi a Prato a metterla a punto la produzione", raccontano i fratelli Daniele e Luca Saccenti. Dagli anni Ottanta FAISA sviluppa una forte vocazione internazionale, raggiungendo America, Germania e Giappone e costruendo la propria identità su tessuti di alta qualità, interamente realizzati nel distretto. Lini pregiati, cotone fini, bouclé, fili fantasia, tinture e finisaggi particolari diventano gli strumenti di una ricerca continua. "Il valore della nostra collezione deve rimanere sempre alto e questo, secondo noi, si ottiene soltanto attraverso uno studio e un'evoluzione continui del prodotto". Una necessità ancora più evidente oggi, con una moda che ha accelerato drasticamente i propri ritmi. Per questo FAISA ha risposto ampliando l'offerta diventando più flessibile, senza rinunciare alla produzione pratese e a una dimensione familiare arrivata alla terza generazione: accanto a Daniele e Luca è entrato infatti anche Gianluca, 24 anni, la terza generazione oggi impegnata nel commerciale. La nuova sfida porta un nome: SMAD. Creato recentemente, è un brand di calzature sviluppato da zero partendo proprio dai tessuti FAISA. "Volevamo sperimentare una parte nuova del nostro mondo e arrivare direttamente al mercato finale. Il primo prodotto è una pull-on senza lacci, proposta in materiali differenti, alla quale si sono aggiunti un sabot e un mini-boot. Disegno, tomaia e sviluppo sono nati in Toscana, sfruttando le competenze del distretto calzaturiero". Il legame con il lanificio resta persino nella confezione: ogni scarpa è accompagnata da un sacchetto realizzato recuperando tessuti riciclati dai campionari della stagione precedente. Una firma, originale e per questo unica, che segna l'inizio di un nuovo corso per l'azienda.



www.smadstudio.com



Rifiniture Vignali: l'arte di anticipare il futuro

Protagonista del settore fin dagli anni sessanta, Ivo Vignali rappresenta il tipo di industriale capace di precorrere i tempi, guardando oltre i confini temporali, geografici e anche normativi. Per questo Rifiniture Vignali è ancora oggi protagonista del settore della rifinitura tessile. La grande intuizione avviene già verso la fine degli anni cinquanta, come racconta Vignali: "su richiesta di alcuni clienti siamo presto passati al settore tessile per arredamento; era il momento giusto per farlo, anche perché prendevano piede, proprio in quegli anni, nuove fibre in acrilico e poliestere, che ponevano sfide sulla lavorazione che siamo stati in grado di cogliere e fare nostre". L'azienda, familiare per vocazione e carattere, è giunta così alla quarta generazione con l'ingresso in azienda del nipote Francesco, neolaureato in chimica che va così ad affiancare le due figlie di Ivo, Barbara e Silvia. "Le sfide del presente si intrecciano con quelle del futuro", sottolinea Ivo, "e non nascondo la preoccupazione legata ai costi di produzione, che sono praticamente triplicati a causa della situazione geopolitica internazionale".

Proprio in tale circostanza emerge il carattere di Ivo, che grazie alla sua grande esperienza nel settore (componente del Consiglio Generale di Confindustria Toscana Nord), può guidare la nuova generazione verso il futuro sviluppo aziendale: "Siamo conosciuti in tutta Europa e non temiamo la concorrenza cinese; abbiamo una forte presenza internazionale in Belgio, siamo tecnologicamente sempre all'avanguardia con due brevetti, crediamo sempre nell'innovazione. Abbiamo cercato di promuovere il comparto proponendo finiture che nessun altro produceva e su questa strada proseguirà la nostra storia". Aggiornamenti tecnologici continui coniugati al rispetto per l'ambiente sono dunque la cifra di una visione che precorre anche le normative vigenti. Ancora oggi si ricorda il progetto di costruzione di un depuratore centralizzato e un impianto per riciclare le acque, volto alla salvaguardia della falda, di un acquedotto collettivo per le aziende tessili della zona promosso da Ivo Vignali. Un precorrere i tempi che risale ai primi anni settanta. Con questa consapevolezza, Rifiniture Vignali è pronta a scrivere i nuovi capitoli della sua storia.



IVO VIGNALI INSIEME AL NIPOTE FRANCESCO