

**Filati** Sinergie con Aquafil e Maso Martis. Ieri la presentazione

# In arrivo le calze di **Dryarn** Ileana Spa sposa il Trentino

TRENTO — C'è molto di trentino in un progetto ambizioso che ha debuttato ieri a Milano con la complicità di Independent Ideas e la ricerca di Calze Ileana Spa, storica azienda bresciana di filati fondata da Ileana Pinelli e oggi condotta dai due figli Alda e Luca Bondioli (quest'ultimo innamorato del Trentino al punto da prendere residenza a Monclassico). E questo è il primo legame con il territorio locale, da cui ne sono scaturiti altri ancora più importanti. Ieri, infatti, Ileana Spa (che dal 1982 produce per conto terzi) ha lanciato il suo primo brand, 1177, una linea di calzetteria che sfrutta il rivoluzionario tessuto **Dryarn** di Aquafil, la multinazionale del tessile con sede ad Arco e che vedrà una partnership anche con Maso Martis.

Una linea high-tech. Le calze 1177 (dove 11 sta per le gambe degli uomini e 77 quelle delle donne) studiate e realizzate da Ileana Spa sono le prime a utilizzare nel contesto quotidiano il filato **Dryarn** di Aquafil, impiegato fino a oggi in ambito sportivo. **Dryarn** è un filato leggerissimo, termoregolatore (in grado di proteggere da -20 a +30 gradi), impermeabile all'acqua, resistente anche se morbissimo, anallergico, antibatterico. L'esordio di questa materia prima nella moda arri-



**Protagonisti** Stelzer e Bondioli

va dopo tre anni di ricerca per implementare il prodotto e di test su 10.000 atleti. Ileana Spa ha stretto un accordo di esclusiva con Aquafil.

Sede a Brescia, cuore in Trentino: Luca Bondioli (1975) si è innamorato delle montagne del Trentino al punto da prendere residenza a Monclassico. Con la sorella Alda conduce l'azienda di Carpenedolo dal 1996 e i numeri parlano di una realtà stabile: un fatturato di 10 milioni di euro e otto anni di bilanci solidi nel distretto ormai piegato dalla concorrenza asiatica; 150 dipendenti; mille articoli elaborati ogni anno, circa 600.000 paia realizzati al mese; 300.000 euro di investimenti in ricerca ogni esercizio. «Il nostro obiettivo strategico con 1177 è quello di posizionarci nei primi gradini del mondo luxury, ponendoci co-

me prodotto di qualità a un costo accessibile», dice Bondioli. La linea 1177 costerà tra i 15 e i 22 euro e si potrà acquistare anche online e in distributori automatici collocati in contesti strategici (il packaging è una lattina). Nel 2006 l'azienda è diventata una Spa e ha iniziato a muovere i primi passi nel mondo delle griffe internazionali: per la sua distribuzione mondiale Ileana può contare su una sede a New York. Il mercato principale dell'azienda fino a oggi è stato quello scandinavo, seguito dal mercato francese, tedesco e britannico oltre che Stati Uniti e Australia. «Ma ora con 1177 si punta tutto sull'Italia — fa sapere Alda Bondioli —, e guarderemo anche alle partnership con piccoli produttori di qualità». Una di queste è già stretta e coinvolge il Trentino: le bollicine di Maso Martis, la cantina guidata da Roberta Stelzer, hanno infatti bagnato l'evento di ieri. In programma c'è poi l'idea di creare un gift pack che contenga una bottiglia di metodo classico Maso Martis (magari proprio la femminilissima Madame Martis) e le calze 1177. «È tutto ancora in fase di studio», frenano Stelzer e Bondioli, ma gli occhi brillano come quando i progetti sono concreti.

**Francesca Negri**

© RIPRODUZIONE RISERVATA