

Concorezzo è la terra dei nastri  
Ne sono rimasti 10: sembra un'attività  
tradizionale ma queste aziende  
cercano di stare al passo con i tempi  
La vicenda della De Bernardi

**Antonio Caccamo**  
CONCOREZZO (Monza)

**A** LLE PORTE di Monza c'è il regno dell'industria dei nastri. Una produzione davvero particolare che ha trovato a Concorezzo, la città della Frette, a sua volta simbolo della biancheria di lusso nel mondo, il suo luogo di elezione. Una delle imprese che hanno scritto la storia di questa attività tipica di Concorezzo è il Nastrificio De Bernardi, aperto 73 anni fa. Nel reparto di tessitura ogni giorno più di 100 telai eseguono la trama dei nastri "cimosati", rigidi ed elastici, tinti in filo e grezzi. «Tessitrici esperte e tecnici specializzati – racconta Marco De Bernardi, alla guida dell'azienda – lavorano ogni giorno per soddisfare le richieste dei clienti». Punto di forza dell'azienda di via Monte Grappa è il reparto tintoria, in grado di colorare i nastri sulle macchine a matasse e sulle macchine "in continuo": «I nostri impianti consentono di tingere quantitativi anche minimi non solo nei colori a catalogo ma anche in toni specifici richiesti dai clienti». L'azienda è dotata anche di un reparto dedicato alla lavorazione dei nastri "a sbieco" che amplia la varietà di profili, ruches, galloni e plissettature. «Creiamo anche stampe, impressioni a caldo e finissaggi sia estetici che tecnici, inclusa la compattazione che permette di dare stabilità anche ai tessuti meno trattabili, rigidi ed elastici».

**QUELLA** del tessile è una tradizione caratteristica di Concorezzo. In tempi antichissimi i suoi abitanti furono soprannominati "gugiroeu", cioè gugiaro, produttori di aghi e spille. Oggi restano i nastri a memoria di quel passato e a tenere alto il nome della città nel mondo. Sono circa 10 aziende di nastri utilizzati in ogni settore industriale, dall'abbigliamento al packaging. Danno lavoro a più di 600 persone. Famiglie come i Brambilla, i Valera, i De Bernardi, i Penati, i Mariani e i Terzoli hanno legato il proprio nome a questa produzione così particolare. La De Bernardi nasce nel 1946 da Angelo De Bernardi insieme ai fratelli Carlo e Guido come produttore del nastro di velluto «che tuttora costituisce uno degli articoli di punta delle collezioni». Ha mantenuto la caratteristica di azienda di famiglia, guidata da Marco e dalla cugina Federica. In azienda lavora un altro cugino, Piero.

**I DIPENDENTI** sono 55, il fatturato 2018 è stato di 6,85 milioni. «Abbiamo saputo mantenere elevati standard di creatività, qualità e sviluppo, attraverso la selezione delle materie prime, gli investimenti in tecnologie e macchinari, la formazione del personale e l'attenzione



LA MEMORIA  
DI UN'IMPRESA  
CELEBRE

La biancheria  
di lusso per i reali

Concorezzo è la città della Frette, l'azienda che nel 1880 divenne fornitore ufficiale della famiglia reale. Più di 500 dinastie nobiliari europee le commissionarono la realizzazione di biancheria esclusiva. Tra la fine dell'800 e l'inizio del '900 i suoi corredi aristocratici hanno abbellito l'Orient Express e il Titanic.

## De Bernardi, maestria e stile Concorezzo è la storia dei nastri per moda, cosmesi e gioielli

ai trend», spiega De Bernardi. Dalla fabbrica escono due collezioni all'anno apprezzate nelle più importanti manifestazioni fieristiche di settore in Italia e all'estero. «Oltre alle nostre collezioni, offriamo ai clienti la possibilità di sviluppare prodotti esclusivi con soluzioni tecniche ed estetiche personalizzate».

**LA DE BERNARDI** gode dello Standard 100 by Oeko-Tex, un sistema di controllo e certificazione indipendente per tutto il mondo tessile, e può avvalersi del Cribis Prume Company, il riconoscimento di massima affidabilità commerciale. Nel 2013, ha creato insieme con il Nastrificio Albert Bonati e il Nastrificio Rifra, una rete di imprese denominata Tex Net. Il che vuol dire poter fare investimenti «per creare nuovi nastri tecnici per abbigliamento. Questi articoli, prodotti principalmente con materiali e processi ecocompatibili ed ecologici, verranno poi proposti ad un mercato sempre più interessato di prodotti innovativi». L'azienda punta molto sul DBPack, divisione (e marchio) dedicata allo studio e all'utilizzo del nastro come elemento di valorizzazione e di pregio delle aziende della cosmesi, food & beverage, gioielleria, regalistica, florovivaismo e retail. «La possibilità di attingere alle collezioni moda genera un volano di scelte estremamente ampio che garantisce al cliente scelte uniche e di valore». La presenza eventuale del logo o del marchio aziendale è curata in ogni dettaglio attraverso l'utilizzo di molteplici tecniche di stampa, scelte insieme al cliente sulla base del tipo di nastro (rigido o elastico, naturale o sintetico) e della grafica.

↑ AZIENDA  
DALLA  
LUNGA  
STORIA

Nella  
foto in alto  
Marco  
e Federica  
De Bernardi  
della storica  
azienda  
di Concorezzo

