

LE BOTTEGHE STORICHE

LA STORIA
DA GIUSEPPINA BERTOLI
L'ATTIVITÀ ARRIVA
FINO A CINZIA E A SIMONE

L'ORIGINALITÀ
LA QUALITÀ DEL MARCHIO
STA NELLA LAVORAZIONE
CHE AVVIENE IN LABORATORIO

Dagli imperatori alla generazione 2.0 La tradizione della pellicceria Lagori

Una successo di famiglia che si rinnova nel cuore di Milano

LE IMPRESE

Gli inizi

La storia comincia ai primi del Novecento in via San Gottardo con Giuseppina Bertoli, la capostipite. È con il figlio Francesco che nasce la bottega ancora oggi in via Morone



MADRE E FIGLIO
A sinistra Cinzia e Simone Lagori davanti al negozio di via Gerolamo Morone; sopra, la madre al lavoro in bottega; sotto Simone, pronto a ricevere il testimone con l'obiettivo di aprire a nuovi mercati attraverso la vendita online (Newpress)

Il presente

Nel 1969 subentra Cinzia ancora oggi in sella all'attività di famiglia insieme al figlio Simone che appare molto determinato nel portare avanti la tradizione

di ALBERTO OLIVA

- MILANO -

È UNO DEI PRODOTTI più discussi, ma anche il capo d'abbigliamento storico che ha vestito gli imperatori romani, i condottieri di ogni epoca e i popoli di tutto il mondo per tanti secoli. Da qualche decennio la pelliccia è finita al centro di un tiro al bersaglio da parte di associazioni di animalisti che hanno cercato di fermarne la produzione in nome della tutela degli animali. Mi è sembrato, dunque, di particolare interesse per questo nostro approfondimento sulle botteghe storiche di Milano, incontrare un marchio che produce e vende pellicce da oltre un secolo, per capire l'evoluzione del mercato e le prospettive future di questo tipo di attività. Si tratta della famiglia Lagori, la cui storia comincia ai primi del Novecento in via San Gottardo con un altro cognome, quello di Giuseppina Bertoli, capostipite della produzione. È con il figlio Francesco che nasce la bottega che ancora oggi si trova in via Morone, sopravvissuta alla guerra mondiale e arricchitasi con il boom economico, durante il quale tutte le donne volevano avere una pelliccia e sono stati gli anni d'oro di questo mercato. Francesco contrasse una malattia durante la campagna di Grecia e Albania e venne riformato, potendo tornare a casa e beneficiare di alcuni incentivi come reduce di guerra, aprendo il negozio il 6 aprile 1944, nel cuore di una città che veniva quotidianamente bombardata e messa a fuoco. Casa e bottega

per Francesco, che ricavò oltre al punto vendita anche un laboratorio (ancora gloriosamente attivo secondo i metodi tradizionali) e la propria abitazione. Lancia la sua attività nei mesi finali della guerra, poiché l'inverno rigido e la paura fanno desiderare ai milanesi pellicce con cui coprirsi. Sono gli anni della necessità e non del lusso, ma la domanda è già molto forte e Francesco va in giro in bicicletta per le vie di Mila-

UNA LINEA PER I GIOVANI

Tanti accessori "cult" dalle cuffie in pelo di visone a cappellini con il pon pon fino ai divertenti gilet in pelle rigorosamente colorata

no a rifornire i clienti a domicilio. Nel 1969 subentra la figlia Cinzia, ancora oggi in sella all'attività di famiglia insieme con il figlio Simone, che appare molto determinato nel portare avanti la tradizione. Cinzia è molto giovane quando mette piede in bottega a fianco del padre, lo fa perché da sempre si è vista qui, sebbene non sia stata la sua passione fin da piccola, quando si sognava viaggiatrice in giro per il mondo. Al momento gestisce il negozio con Simone, oramai pronto a ricevere il testimone e a continuare in autonomia, con molta voglia

di aprire a nuovi mercati, soprattutto attraverso la vendita online. Mi racconta, infatti, che la clientela che entra fisicamente in negozio è molto legata al passaparola e alla fidelizzazione da generazioni. Poi, per fortuna, ci sono anche molti stranieri, in particolare orientali e americani, che hanno un potere d'acquisto superiore a quello degli italiani. Il mercato è molto cambiato, ma sono cambiate soprattutto le abitudini di consumo. Prima la pelliccia era l'acquisto di una vita, un grande investimento per un capo che sarebbe durato per sempre. Oggi, invece, soprattutto i giovani non pensano a lungo termine, preferiscono leggerezza e sobrietà e non vengono qui con l'idea di farsi fare un capo su misura, ma con l'idea di portarsi via subito un pezzo pronto che segue la moda del momento e non sia troppo dispendioso. Per rispondere alle esigenze della generazione 2.0, Lagori offre anche molti accessori divertenti e molto accessibili: dalle cuffie per smartphone in pelo di visone, a cappellini con il pon pon, a polsini di volpe o gilet in pelle colorata.

LA QUALITÀ del marchio sta soprattutto nella lavorazione, che avviene ancora in laboratorio, ed è l'unico caso nel centro di Milano, dove ormai sono rimasti soltanto rivenditori che non producono in sede. Qui è possibile essere seguiti dalla scelta del materiale fino alla manutenzione ordinaria e alla custodia estiva. Qual è il futuro della pelliccia è difficile dirlo, Simone è convinto che il mercato stia ripartendo dopo una forte crisi. Certo è che la regolamen-



tazione è ferrea, alcuni animali sono vietati (ghepardo, leopardo e giaguaro insieme ad altre specie protette) e gli allevamenti sono sottoposti a controlli di qualità attentissimi, grazie alle misure di tutela degli animali che sono giustamente in vigore senza alcuna deroga per nessuno. Trattare bene gli animali è la prima regola per avere pelli morbide e di migliore qualità. Lagori - via Gerolamo Morone, 3 - tel. 8692876