

IN UNA CORNICEDICOLLINE E DI MONTAGNE INNEVATE, DOVE SI LAVORA IL FERRO E IL LEGNO, DOVE PROSPERANO LE FABBRI-CHE DEL CASALINGO, CHE SI CHIAMANO ALESSI, CALDERONI, LAGOSTINA, BIALETTI, GIRMI E SONO DIVENTATE FAMOSE IN TUTTOIL MONDO...

Alla ricerca dell'Italia felix, sguardo superficiale da turista sullo specchio del lago oscurato dalle nuvole e dal grigiore del cielo o sulle colline che scendono ripide e verdissime, tra boschi che circondano ville d'antica signorilità semioscure dal verde e dai fiori. Il traffico corre senza ansie sull'asfalto scuro e perfetto, salvo un breve tratto, dove sono in corso i lavori per consolidare la banchina che si sgretola. Rumori attutiti. La pulizia e l'ordine sono di una cartolina svizzera. Poi, ad Omegna, provincia del Verbano-Cusio-Ossola, una delle più fresche province italiane, ci spiegano che per loro il lago è come se non esistesse, che i loro antenati sono arrivati lì dalle montagne a nord insieme con il lavoro e la ricchezza. «Ha mai visto uno in barca che va a pescare qui davanti con la lenza in mano?». Negazione di qualsiasi vocazione lacustre. La conferma viene dal fiume, l'unico nell'arco alpino che punta verso nord, metafora di un destino.

Scendendo da nord, seguendo le fabbriche e gli artigiani, neppure il turismo sembra di casa. C'è un solo albergo. I turisti in ogni secolo (anche quello passato di Balzac) si sono fermati intorno ad Orta. Omegna sembra non aver alcuna assonanza con le dolcezze del suo lago.

«Qui stanno tutti meglio di noi». Il noi si riferisce ai «metropolitani» di ogni genere, milanesi, romani, napoletani, vittime anonime della «grande città» che un tempo era privilegio e fortuna a benessere e adesso, in Italia almeno, patisce un'infinità di sofferenze: inquinamento, caos, disordine, malavita, prezzi. L'idea della fine della città si corrobora qui nell'idea del trionfo della «campagna». Una campagna particolare, comunque, tra monti e picchi innervati, fabbriche e fabbrichette, boschi fitti, storie gloriose di lotte antifasciste e di lotte sindacali.

Omegna ha ritrovato un paio di anni fa un premio letterario che si intitola così: «Premio Città di Omegna. Della Resistenza». Ricorda il passato partigiano della valle. L'anno scorso venne premiato Roberto Benigni che si presentò al palazzo dello sport con il suo film da Oscar. Ma prima di lui il premio Omegna aveva condotto in riva al lago, ad esempio, Frantz Fanon, Jean-Paul Sartre, Gunther Anders, cioè alcune delle voci più alte (nella loro radicalità) della cultura europea. A leggere quell'albo d'onore vengono i brividi, come se il miracolo della Resistenza potesse continuare nel miracolo di un'orizzonte internazionale in un paese di quindicimila abitanti (oggi), chiuso tra le montagne, tra il ferro e il legno dei suoi lavori, nell'industria pesante della siderurgia e della metalmeccanica.

Da Fanon a Benigni. Restano il legno e il ferro, perché Omegna continua a prosperare di legno e di ferro, questi sono i materiali delle origini, ai quali si aggiunsero la plastica, la ceramica, l'inox. Omegna, tra le pentole e le posate, dove si usa questa materia, è una capitale. Passando attraverso diverse crisi, cucchiaino e forchetta hanno difeso una sorta di primato, Calderoni, Alessi, Lagostina, Bialetti.

Giuseppe Moroni è il presidente della Camera di Commercio. La mamma faceva di cognome Lagostina. La famiglia è quella che ha inventato la pentola a pressione. Inventare è impreciso. All'inizio degli anni sessanta, ha lanciato la famosa pentola con il fischio nell'universo dei consumi di massa, vincendo resistenze, paure, diffidenze. Dal suo racconto appaiono almeno due cose: da una parte il coraggio dell'innovazione tecnica, dall'altro la sensibilità nell'interpretare il mercato, perché la pentola magica che accor-

INFO

Il distretto nella nuova provincia

Omegna, quindicimila abitanti, è la capitale del distretto del casalingo. La provincia, Verbano-Cusio-Ossola, conta dodicimila aziende iscritte alla Camera di Commercio, cinquemila imprese artigiane, ses-



santamila pensionati. La diversificazione produttiva ha visto affermarsi tre poli produttivi: siderurgia e chimica a Verbania e a Domo-dossola, rubinetteria a Vallo Sesia, il casalingo a Omegna.



dei peltrai tedeschi grazie appunto alla bellezza, all'eleganza, alla originalità dei loro boccali. Questa stessa strada salvò Omegna e il distretto dalla crisi che negli anni settanta colpì la grande industria, dalla cartiera Binda alla Ferriera Cobiauchi poi Pietra, la cui «testa» arrivava quasi nel centro del paese. La ferriera è morta da tempo. Le sono sopravvissute le mura imponenti, che sono state restaurate e ridipinte di colori pastello e che ospitano il Forum, museo spazio espositivo, ambizione d'Omegna che vuole rappresentare se stessa e le forme artistiche del proprio lavoro per diventare una sorta d'attrazione di un turismo culturale, votato alle arti figurative (anche l'industrial design è ovviamente un'arte).

Riconversione di una cittadina che vive di pentole e che sa d'esser scampata alla liquidazione della grande industria grazie ai mille rivoli diversi della sua iniziativa. Lucio Reggiori, segretario provinciale della Cgil, quarantadue anni, è un buon testimone di questa vicenda. Ricorda le lotte alla Montefibre di Verbania, alla acciaieria Pietra (che era appunto la Cobiauchi) e si ritrova oggi una provincia con un tasso di disoccupazione attorno al 7 per cento e dove i pensionati sono tanto numerosi quanto i lavoratori dipendenti, un sindacato che aveva dodicimila iscritti e ne conta adesso settemila con tredicimila pensionati, un sindacato che insediato nelle grandi fabbriche e che ora deve inseguire i lavoratori e i probabili iscritti in microaziende. In aggiunta il pendolarismo fortissimo (cinquemila ogni giorno) con la pianura di Milano (cinquanta minuti in auto) e di Novara. Di fronte, la macchia del lavoro in nero, il motore autentico di nuove flessibilissime dinamiche. Ma che cosa rappresenta il «lavoro nero»? È solo questione di irregolarità, evasione fiscale, caduta di una «cultura dei diritti»? Reggiori legge il disorientamento nella società: «Vedo giovani trentenni che hanno cambiato ormai una decina di posti. Questo significa qualche cosa di più di incertezza nei profili professionali. Significa spaesamento. Con un riflesso negativo nella comunità». Un'ombra insomma su una cittadina e in disretto industriale che sembrano felicemente vivere l'uno per l'altra e viceversa.

Reportage

In riva al lago tra le caffettiere di Aldo Rossi e lo spremiagrumi di Philippe Stark: la «bella forma» diventa l'anima del commercio

Omegna, dal Cucchiaino alla Pignatta il lavoro finisce sempre in tavola

DALL'INVIATO ORESTE PIVETTA

te vendute otto/dieci milioni, grande slancio negli anni settanta, poi la stabilizzazione. Quelli della Lagostina, ricorsero ovviamente ad ogni mezzo per imporre il loro campione. Così alla fine degli anni settanta sull'aria di «Io cerco la Titina...» i bambini cultori di Carosello cominciarono a cantichiare «Io cerco La...La...La...» e a seguire le evoluzioni della linea di Osvaldo Cavadoli, la linea nera divenuta Mister Linea, protagonista di mille avventure (e sopravvissuto alla fine di Carosello). «Fu per noi un passo difficile - racconta Moroni - perché allora la pubblicità televisiva non era poi tanto diffusa. Gli inserzionisti di Carosello non erano più di duecento e noi pellegrini del lago d'Orta là in mezzo». Il merito del successo, dopo l'intuizione della partenza, s'attribuisce secondo Moroni alla qualità, qualità di forme e di materiali, cioè qualità del lavoro, di macchine e di mani esperte, perché se l'automazione è altissima, molto ancora si deve alla capacità di chi controlla e schiaccia i bottoni alle temperature giuste. Una pentola

nasce da un foglio di acciaio inox che il maglio pressa. Il risultato di quella pressione, che trasforma una superficie piana in una concava, dipende da tanti presupposti. Come si fa? «Questo non lo posso dire». Il futuro come si presenta? «Intanto siamo stati danneggiati dalla rottamazione - spiega Giuseppe Moroni, che è anche presidente della Camera di Commercio del Cusio - perché la gente ha speso per cambiare l'automobile e ha risparmiato sulla pentola. Poi il nostro è un settore maturo, soffre o approfitta dei cambiamenti negli stili di vita. Non è solo questione di redditi più o meno alti. I consumi di questi prodotti non sono in espansione». Insomma, nella stagione del panino al bar, del brunch e del breakfast, si usano sempre meno pentole. Poi c'è la conferma di un nobile sentimento che si rivela una rovina per i fabbricanti: ci si affeziona alle pentole, non si abbandonano così le pentole buone...

Continuando si potrebbero elencare le lamentele di sempre: l'eccessiva pressione fiscale, il lavoro che

non è abbastanza flessibile, la burocrazia che è troppo lenta e oppressiva (lo sportello unico di Bassaini va in onda al rallentatore), la sfida dell'Europa, la competizione con i mercati stranieri. Il casalingo di Omegna conta adesso su un fatturato di seicento miliardi, il trenta per cento della produzione nazionale (l'altro «polo» è quello di Lumezzane), duemila occupati, alcune aziende leader e una miriade di piccole imprese artigianali, imprese terziste che garantiscono la flessibilità e la competitività.

A proposito di competitività, c'è qualcuno che sogna, come gli industriali del Nord, la Romania? «No» - risponde Giuseppe Moroni - e per una ragione molto semplice: non troveremo le capacità tecniche che sono indispensabili per produrre oggetti di qualità e di grande bellezza. Vinciamo sulla funzionalità e sul design». Questa strada, la strada della «bella forma», ha una storia antica, fu percorsa dai primi emigranti tre secoli fa, gli emigranti che raggiunsero la Germania e che vinsero la concorrenza

Il Forum, nuovo museo e spazio espositivo di Omegna che era prima una ferriera. Sotto Mister Striscia, ideato da Osvaldo Cavadoli, protagonista di un famoso Carosello televisivo

L'assessore

I fondi Cee e il coraggio di una buona giunta

GUALTIERO PIRONI*



La strada che fa da spina dorsale alla città non ha nulla di particolarmente attraente, neppure il nome: via IV Novembre. È una via di scorrimento interna lungo la direttrice nord-sud. Ai lati case d'abitazione di due o tre piani, qualche negozio, facciate e portinerie di stabilimenti. Pulman con targhe straniere aprono le loro porte liberando turisti che parlano tutte le lingue d'Europa. Che cosa ci facciano nel quartiere meno attraente della città è una domanda spontanea per chi passa senza sapere che via

IV Novembre è la strada del casalingo «made in Cusio». Turisti di tutto il mondo vengono a comperare a prezzi di fabbrica gli spremiagrumi di Philippe Stark o la caffettiera di Aldo Rossi. Prodotti in acciaio che hanno fatto e fanno il successo di aziende come Alessi, Lagostina, Bialetti, Piazza, e la ricchezza della città che le ospita: Omegna. La storia del casalingo omegnese ha radici lontane. Risale al Seicento e a una valle, quella del fiume Strona,

che da Omegna si inerpicava per una ventina di chilometri tra strette gole e pochi verdissimi dirupati pascoli fino quasi a toccare il Monte Rosa. Tre secoli fa, in quella valle, si «cavava il pane dai sassi» e la sola alternativa a un'economia di stenti era l'emigrazione. Dolore che si aggiungeva al dolore, ma anche occasione di ricchezza per molti e per la valle, perché i montanari partiti nel Seicento o nel Settecento soprattutto per la Germania tornarono dopo aver fatto fortuna come peltrai, vincendo la concorrenza con l'inventiva e il valore aggiunto della «bella forma» che seppero introdurre nella lavorazione di una lega povera come il peltro. Da questa storia e dai discendenti di quei primi montanari emigrati derivano la prima industrializzazione del Cusio e poi lo straordinario successo del casalingo omegnese. Oggi a Omegna si comperano oggetti esposti nei musei d'arte contemporanea. Il casalingo ha rappresentato la fortuna del Cusio, ma anche il suo limite. Quando negli anni ottanta il settore andò in crisi, ne risentirono tutti (la città entrò nel lungo elenco dei comuni a declino industriale). Fu grazie all'intelligenza degli imprenditori se gli effetti di quella crisi furono

meno coinvolgenti che altrove. La scelta di rispondere alle difficoltà esaltando la qualità del prodotto e la sua «bella forma» si rivelò ancora la carta vincente. Ricerca sui materiali, grandi firme, scelte di gusto consentirono al nostro casalingo di mantenere, se non incrementare, le posizioni ai vertici del mercato. Un successo che non impedì di intuire fin dagli anni ottanta che una stagione era finita e che l'industria da sola non ce l'avrebbe fatta a garantire ulteriore sviluppo. Da queste premesse prende avvio nel programma di una giunta di sinistra - l'anno è il 1994 - il progetto di riconversione policulturale della città. Una città che nei decenni precedenti si era sviluppata guardando quasi esclusivamente a Nord, alle fabbriche, viene indotta a guardare a sud, al lago, un'altra fonte di possibile ricchezza: il turismo. Lago, collina, montagna, racchiudono infatti Omegna in uno «scrittoio di smeraldo» (parole di un turista eccellente, Honoré de Balzac). Una convinzione guida il progetto: che lo sviluppo turistico della città si debba cercare nelle potenzialità insite in quel felice incontro tra industria e cultura, tra ambiente e produzione materiale. Quaranta miliardi (in gran parte provenienti

dai fondi Cee) sono stati investiti in quattro anni in piste ciclabili, passeggiate a lago, porto turistico, biblioteca, ludoteca, parco della fantasia (Omegna è la città natale di Gianni Rodari) e il Forum Museo di Arte e Industria, la struttura a cui è stato affidato il compito di promuovere la nuova immagine della città. I fondi della Cee sono stati l'architettura finanziaria di questo piano. Un ente locale come il comune di Omegna, che grosso modo muove una trentina di miliardi all'anno (tra spesa corrente e investimenti) in nessun caso avrebbe potuto mettere in campo mezzi propri per decine di miliardi, senza rischiare il dissesto. Se come amministratore oggi dovessi indicare il merito maggiore di questi quattro anni di governo della città segnalerei non tanto il lungo elenco delle cose fatte, quanto il modo con il quale le abbiamo realizzate, soprattutto la tempestività con cui siamo riusciti a presentare progetti finanziabili dalla Cee nell'ambito dell'obiettivo 2 (quello rivolto alle aree a declino industriale) e a concluderli in tempi straordinariamente rapidi (mai più di venti mesi tra l'ideazione e la consegna alla città).

* Vicesindaco e assessore alla Cultura

