

CAPPELLI E HOTEL DI LUSSO WAYCAP CORRE

L'azienda veneta fondata da Manuel Faleschini produce per le principali maison del lusso. La strategia: filiera made in Italy e ricerca in sostenibilità. Gli investimenti nell'immobiliare: l'ultimo a Cortina

di Andrea Bonafede

La ricetta per il successo è la costante ricerca della qualità: del lavoro, dei prodotti, dei materiali, della vita dei dipendenti. È il mantra di Manuel Faleschini, fondatore e ceo di Waycap, azienda veneta che produce e vende copricapi ai principali brand del lusso globali, soprattutto italiani e francesi. E che in sei anni è passata da sei a 210 dipendenti, fatturando 35 milioni di euro nel 2022.

Waycap nasce da una passione di Faleschini, che a 14 anni inizia a personalizzare cappelli comprati al mercato per venderli ai compagni di scuola. A 16 anni crea la sua prima collezione per Replay, reparto bambino, per poi collaborare con altri brand, da Stefanel a Benetton. «Andavo fino in Cina a farmi produrre cappelli neutri, per poi customizzarli qui in Italia — racconta Faleschini —. Poi è arrivata la necessità di dar vita a una mia azienda, per creare capi su misura, oltre che personalizzati».

Nel 2017 la svolta, con la nascita di Waycap, che segna non solo un nuovo inizio imprenditoriale, ma anche un cambio di strategia basato su due principi: qualità e made in Italy. «Fino a quel momento la nostra produzione era per il 99 per cento in Cina, ma io volevo creare una filiera completa in Italia — spiega il ceo —. A oggi la proporzione si è quasi del tutto invertita: l'80 per cento della produzione è tornata nel nostro Paese».

Fattore green

Una scelta che, oltre a rispondere a un concetto di maggiore qualità, punta anche su un altro fattore ormai imprescindibile: la sostenibilità. Nel 2022 Faleschini ha acquisito e ristrutturato a Mirano (Venezia) un immobile di circa 30 mila metri quadrati, con un investimento da 20 milioni di euro. Un'operazione di restauro conservati-

vo, a basso impatto ambientale, che ha portato l'edificio alla classe energetica A. «Ho anche acquistato cinque ettari di terreno intorno allo stabilimento per piantare alberi e compensare le nostre attività, sfruttiamo varie fonti di energie rinnovabili, raccogliamo e riutilizziamo le nostre acque — dice Faleschini —. E per essere completamente circolari, il nostro prossimo obiettivo è lavorare sullo scarto industriale, che nel settore della moda varia dal 15 al 50 per cento del materiale utilizzato. Abbiamo anche creato la prima visiera bio brevettata al mondo, con mais della catena non food al posto della plastica».

Non meno importante è la gratificazione dei propri dipendenti: secondo Faleschini devono poter lavorare in un ambiente che garantisca il benessere personale: «La restaurazione dell'impianto di Mirano ha questo fine, ovvero creare un luogo in cui le persone possano svolgere con piacere il loro lavoro — prosegue il ceo —. Noi formiamo il personale, che quasi sempre viene da esperienze diverse dalla produzione di cappelli, reinvestiamo tutti gli utili in azienda e in welfare, cercando di trasmettere a tutti il nostro concetto di qualità: vogliamo creare un'artigianalità nuova e sostenibile nella filiera della moda».

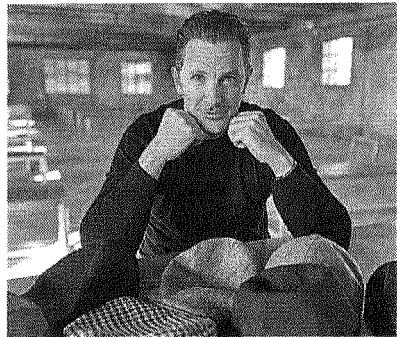
Waycap ha investito anche su 4.0, blockchain e tracciabilità per seguire i trend di consumo etici dei Millennials della Generazione Z. Per ogni capo, infatti, è già possibile sapere in quanto tempo è stato prodotto, quanto tessuto è stato impiegato, quanta energia proveniente da fonte rinnovabile o fossile è stata utilizzata. «Anche questo investimento rientra in una logica di sostenibilità e di produzione made in Italy — precisa Faleschini —. Con l'automazione e il 4.0 possiamo produrre qui abbattendo i tempi e agli stessi prezzi della Cina, con la differenza che ci saranno molti meno spostamenti: per essere davvero sostenibili bisogna

operare il più possibile sul territorio».

Oltre ai programmi di espansione, agevolati anche dall'entrata nel capitale dell'azienda del fondo Wise Equity nel 2019, Faleschini negli ultimi due anni si è segnalato per due importanti operazioni immobiliari. Nel 2021 l'imprenditore veneto ha acquisito Palazzo Melzi d'Erl, sede dello storico spazio Krizia (pseudonimo della celebre stilista Mariuccia Mandelli), mentre l'anno successivo è stato il turno dell'Hotel Rosapetra a Cortina d'Ampezzo. «Sono due luoghi simbolici per la mia vita e diventeranno spazi in cui il turismo verrà coniugato alla moda, con manifestazioni, eventi, mostre, esposizioni. Il filo conduttore sarà sempre lo stesso: la qualità», conclude Faleschini.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Alla guida

Manuel Faleschini, fondatore di Waycap

Con l'ingresso del fondo Wise Equity sono iniziate le operazioni nel real estate, come l'acquisto dello storico spazio Krizia a Milano