



I grandi marchi italiani - seconda serie / 63 Nuncas

# Col bianchetto per scarpe anche il gagà era contento

Decollata negli anni Venti con la produzione di solette, l'azienda ha saputo ampliare la sua linea prima al prodotto "principe" per le calzature, poi alla cura della **casa**. Fino alla scelta vincente dei negozi monomarca

di Enrico Mannucci

**A**vete in mente le governanti del tempo che fu? Quelle abili signore che sapevano tutto, ma proprio tutto, sulla conduzione della casa, su come pulire le tende, lucidare i pavimenti, stirare al meglio i capi di vestiario, tener a distanza acari e tarne, lustrare le scarpe, mantenere profumati i cassetti per la biancheria e altri mille piccoli segreti della quotidiana vita domestica... Ecco, stavolta parliamo di un'azienda che - parola dei proprietari - si propone come "governante" delle vostre abitazioni, una specie di super-colf, accorta e competente, cui non bisogna pagare stipendio e contributi, basta saper scegliere i negozi dove comprare quei certi prodotti in scatole, tubetti, blister e barattoli.



Tutto comincia con un giovanotto siciliano che decide di lasciare Palermo per trasferirsi a Milano. Nunzio Cassata - si chiama così e il nome gioca una parte importante nella storia - non corrisponde esattamente al cliché del meridionale con la valigia di cartone che va al nord per cercare fortuna. Classe 1885, palermitano, la famiglia ha un negozio di scarpe e lui, dal 1905, ha avviato un'attività in proprio: commercia solette che importa dall'America. Le scarpe con quel che c'è intorno sono nel destino del giovanotto, e lo attirano irresistibilmente verso il settentrione della penisola (succederà qualcosa di analogo per un altro meridionale destinato a far fortuna nel settore: Alfonso, il padre di Tanino Crisci): da quelle parti il numero dei clienti cresce ben più

che nelle vicinanze. In più, la Sicilia accusa il terribile colpo del terremoto che distrugge Messina nel 1908. Così, tre anni dopo, Nunzio arriva a Milano con Rosa Cervo, la moglie appena sposata in Sicilia. Presto, si stabiliscono in una villetta in via Dezza, lungo la seconda circonvallazione meneghina. Nelle memorie familiari hanno buone disponibilità: in casa il servizio sarebbe assicurato da tre cameriere.

**I ruggenti anni Trenta.** Di sicuro, il 5 gennaio 1920, registra una sua attività presso la camera di commercio cittadina: è la ditta Nunzio Cassata per "commercio pellami, calzature e affini", situata in piazza San Sepolcro 9, a due passi dal Duomo. È il primo indirizzo di un elenco lungo, a oggi Nuncas può contare sette traslochi: nel '35, da piazza San Sepolcro si spostano in via Meravigli 12, poi saranno in via Camperio, in via



Monti 51, a Baranzate di Bollate, a Rho e, dal 2008, in uno stabilimento modernissimo (totalmente sostenibile ed autosufficiente dal punto di vista energetico) a Settimo Milanese. E, in più, va considerata la parentesi bellica, quando quello che allora è ancora un piccolo laboratorio si trasferisce a Vanzaghella, nell'oratorio di una parrocchia. Si trasferisce lì anche tutta la famiglia e da lì, ogni giorno, Nunzio parte in treno per Milano coi suoi prodotti sfidando il rischio dei continui bombardamenti sulle linee ferroviarie.

Ma siamo andati troppo avanti nel tempo. Torniamo ai primi anni milanesi di Nunzio che, almeno fino al '36, continua in pratica l'attività palermitana: importa pellami e li trasforma nelle solette che vende. Intanto, dieci anni prima, ha avuto un figlio, Salvatore Pietro: assieme a Rosa, lui e le due sorelle sono a lungo tutto il personale su cui può contare la ditta. Salvatore studia da perito chimico e, appena ha un momento libero, si presta volentieri a far di tutto: commesso alla vendita, ma anche magazzino e fattorino. Nel 1935, Nunzio ottiene

la rappresentanza italiana di tre ditte statunitensi nel settore del cuoio (la Keystone, la Ohio Leather e la Colonial Tanning). Sarebbe un chiaro segno di successo se non fosse che, quello stesso anno, scattano le sanzioni economiche contro l'Italia per l'invasione dell'Etiopia, e quindi il blocco di buona parte delle importazioni. Un disastro per la ditta Cassata, visto che la materia prima - ovvero i pellami - da cui ricava i prodotti venduti proviene, per lo più, dagli Stati Uniti. Per un po', si cerca di rimediare arrangiandosi con delle solette ricavate dal cartone. Non può essere la soluzione, però. Il destino aziendale non avrà lunga vita col cartone soltanto. Nunzio se ne rende conto. Si è anche reso conto, intanto, che fra i maschi eleganti - fra i gagà, anzi, come usava chiamarli allora - sta facendo furore una moda particolare: quella delle calzature bianche, immacolate (forse è il

pendant degli altrettanto candidi telefoni nei film...). Che, peraltro, difficilmente restano tali a lungo. Assolutamente linda (o anche bicolore che sia), la scarpa per sua natura si sporca e si rovina ogni giorno. E così, da simbolo chic, rischia di diventare un indizio di sciattezza disdicevole. Nunzio ci ragiona, ne parla coi calzolari suoi clienti, poi con un amico che s'intende di chimica ancor più di lui. Alla fine, escogitano la formula di quello che si chiamerà "bianchetto": una specie di crema in grado di riportare a nuovo la calzatura danneggiata. Messo in vendita per prova, funziona. C'è anche un simbolo sulla confezione: un cigno, bianco e vanitoso, con le scarpe altrettanto candide. Bisogna consolidare e allargare la produzione. È il giugno 1936, e Nunzio Cassata si presenta all'Ufficio brevetti di Milano per depositare il marchio "Il Cigno". Ma dai solerti funzionari arriva una doccia fredda: quel nome è troppo generico. Stando ai

Una nicchia di mercato precisa

1 - La sede della Nuncas a Settimo Milanese. 2 - La prima linea di prodotti Nuncas per calzature, nel '35. 3 - Salvatore Pietro Cassata, presidente della Nuncas, nel 1964. 4 Una Fiat 600 con la pubblicità del White Nuncas, nel '57. 5 - Una pubblicità recente, di gusto volutamente retrò. 6 - Il negozio della Nuncas in Via Madonnina 5, a Milano. 7 - Un pulitore per scarpe e borse del primo dopoguerra 8 - Nunzio Cassata fondatore della Nuncas, nel 1935. Accanto, l'atto costitutivo del 1920.



L'autarchia e il blocco delle importazioni decretato da Mussolini imposero la ricerca di nuovi prodotti legati alla pelle: i pulitori



### Al servizio della cura della casa

1 - Un negozio monomarca della Nuncas. 2 - La linea di prodotti Livax, le cere per pavimenti in legno, marmo e graniglia. 3 - Una pubblicità Nuncas degli anni Trenta incentrata sul prodotto per sbiancare le scarpe, ovvero "Il bianco che rimane".



documenti, è tutta questione di una mezza giornata. I particolari bisogna immaginarli. Nunzio, di sicuro, non la prende bene. Però, non vuole neppure ingaggiarsi in un'incerta contesa burocratico-legale. Ritorna agli sportelli che l'hanno appena mortificato. Ha una nuova proposta, stavolta irrefutabile. È un acronimo, del tutto particolare. Le iniziali dal suo nome e cognome: Nuncas. E il bianchetto Nuncas va a ruba. Anche perchè non piace solo ai gagà, presto lo scoprono anche le mamme per le scarpette dei figli, e poi le infermiere per le loro calzature ospedaliere. Su quelle antiche scatolette c'è scritto - con coscienzioso riguardo al regime - "Prodotto in Italia". In effetti, la matrice del prodotto di Nunzio deve molto agli Usa (anche se lui non metterà mai piede oltreatlantico), ma bisogna aspettare il dopoguerra perchè si giochi su questo aspetto. Coi tempi politicamente assai diversi, col piano Marshall e le prime fascinazioni dai juke box, la confezione del bianchetto cambia e riporta un ammiccante "White Nuncas - Liquid Permanent - Cleaner for shoes and handbags - Nuncas chemical - New York - Milano (Bollate)".

Arrivano, peraltro, anche altre creazioni: se il grosso del fatturato continua ad arrivare dal bianchetto, cresce il contributo della cera per pavimenti Livax e di Nacos, un appetto in tubo per il tocco finale allo stiro. Le cose, in effetti, stanno cambiando. Nel privato, visto che, nel 1953, Salvatore conosce Maria Giovanna Balzarini a una riunione della Famiglia Meneghina. Lei viene da una famiglia di costruttori edili: ci vorrà un lungo corteggiamento per arrivare al matrimonio, nel 1955.

Ma anche in ditta. Più o meno in quel periodo arriva il passaggio di consegne fra Nun-

zio e il figlio. La ragione sociale diviene Prodotti Nuncas di Nunzio Cassata e Figlio. Si modifica, lentamente, anche la logica aziendale. Se il capostipite coglieva bene, con una forte vena innovatrice, gli aspetti industriali, l'erede, invece, è più incline al lato commerciale. Così, a partire dagli anni 60, la Nuncas comincia a guardare fuori confine, privilegia alla produzione la conquista di rappresentanze importanti: «Ci siamo aperti all'Europa distribuendo i prodotti per lavastoviglie della Kronwitter, un'azienda tedesca fra le più prestigiose del settore», commenta Rosa Maria, detta Rosi, figlia di Salvatore, in ditta dal 1981 e oggi direttore creativo. «Aprirsi» significa anche viaggi continui del capofamiglia (Nunzio è scomparso nel 1961), soprattutto in Svizzera e in Germania, le nazioni allora all'avanguardia nel campo della cura della casa.

**Ricerca costante di nuovi segmenti.** Nel 1962, cambia di nuovo la ragione sociale che diviene "Nuncas Chemical di Salvatore Pietro Cassata". E, l'anno successivo, nasce il primo stabilimento vero e proprio a Baranzate di Bollate, in via Monte Spluga 28, con l'assunzione dei primi operai. Continuano, infatti, anche le produzioni in proprio: ad esempio, Man Net, una pasta lavamani per tipografi, Morbidex, il primo ammorbidente proposto in Italia - oggi Morbivel - e Skynet, il detergente per un materiale sintetico, lo "sky" o similpelle, che va molto di moda in quel periodo per l'arredamento e per gli interni delle auto. La svolta arriva nel '92 (intanto la ditta è stata ribattezzata col nome attuale: Nun-

cas Italia spa), sulla spinta di Rosi assieme al marito Luca Manzoni, oggi il presidente: «Con la svalutazione della lira ci rendemmo conto che non era più possibile vendere prodotti importati». È così che la Nuncas si dedica di nuovo - e progressivamente - soltanto alla produzione, allargando la gamma del catalogo a nuovi settori ma sempre attenta all'eccellenza. È proprio Rosi, anzi, ad avviare l'esplorazione di territori fino ad allora poco curati: «Quando entrai, mio padre mi disse che tutto quel che avrei saputo fare andava bene. E mi spinse sulla parte femminile, affidandomi un progetto sui sacchetti per profumare i cassetti. Li facevamo già, comprandoli da un artigiano. Feci un po' di ricerche e, in Corso Indipendenza, trovai gli stampi per colare il gesso: così cominciammo a farli in proprio, con profumazioni originali (chiodi di garofano, cannella, via via essenze più insolite) e con involucri dai colori gradevoli. Nacquero le bustine speziate». Ormai, la vocazione verso il mondo della scarpa è stata superata da altri obiettivi. Oggi la parte preponderante è la cura della casa, con particolare attenzione ai tessuti: «Nel giro di pochi anni abbiamo moltiplicato il catalogo in questo settore», spiega Luca.

Con una costante, finora rispettata con pignoleria: tenersi lontani dalla grande distribuzione. Semmai, la scelta è stata quella di aprire negozi monomarca: nel 2007, a Milano in via Madonnina, nel 2012 a Roma, nel 2015, ancora a Milano, in via San Giovanni sul Muro. Mentre si affaccia in azienda anche la quarta generazione, con Carlotta Manzoni, nel cda dal 2014 e già ben coinvolta nelle strategie manageriali. Basta ascoltarla quando risponde sulle prospettive future: «Non dico su cosa punterei... anche perchè ne stiamo già discutendo».

