

Dibattiti Le imprese del lusso hanno imparato la lezione della crisi 2008. Tronconi: alla politica manca la capacità di confronto internazionale

Moda, la ripresa può diventare griffata

Boselli: «I big trainano il settore sui mercati emergenti». Non spaventa l'aumento dell'Iva

Comincia a tutta velocità la stagione della moda. Con momenti di incontro unici come Vogue Fashion's Night Out, che trasforma l'8 settembre in una serata speciale (per la prima volta anche a Roma, il 15) aprendo i negozi del centro di Milano quasi fino a mezzanotte. Segue un concerto *live* di Sarah Jane Morris per festeggiare i vent'anni di 10 Corso Como: la galleria d'arte-libreria-ristorante-negozio che è quasi un'istituzione e che ha inventato quell'idea di concept store poi ripresa a Londra e a Parigi.

Domani, 6 settembre, inoltre, arriva a Milano Jean Nouvel per l'inaugurazione di Excelsior in Galleria del Corso: variante voluta e sofisticata dei grandi magazzini Coin. Considerata la fama mondiale di questa star dell'architettura, è prevista la presenza del sindaco Giuliano Pisapia e dell'assessore alla Cultura e alla Moda Stefano Boeri.

E questo è soltanto l'avvio delle grandi manovre che culmineranno con la *fashion week* dal calendario lungo e articolato (21-28 settembre) che dosa attentamente le presenze e alterna grandi nomi a talenti emergenti.

L'ottimismo del fare, però, non cancella la preoccupazione di fondo, che dopo un agosto bombardato da notizie sconfortanti e da una specie di riscrittura quotidiana della manovra economica, deve oggi affrontare quella che viene definita «una Finanziaria lacrime e sangue». Che inciderà inevitabilmente su con-

sumi già così deboli che uno studio di Confindustria segnala essere oggi scesi a livelli più bassi del 2000.

«Gli elementi di preoccupazione di sono tutti — ammette Mario Boselli, presidente della Camera nazionale della moda — perché la situazione non si può certo definire brillante. Dalla grande crisi del 2008, quando abbiamo visto gli uomini di Lehman Brothers abbandonare gli uffici con gli scatoloni in mano, non ci siamo ancora ripresi. Nel 2008 il tessile/abbigliamento italiano ha perso il 4%, nel 2009 è precipitato a -15%, nel 2010 è risalito del 6,5%, all'inizio di quest'anno pensavamo di chiudere con un +8%. Nel 2012 forse saremo tornati al livello precrisi, con il cosiddetto effetto a U. Ma adesso...». Ecco, che cosa succederà adesso? «Sono fiducioso che riusciremo a contenere i danni, anche perché il settore ha reagito al disastro passato cambiando la struttura e attrezzandosi per nuove sfide».

È cambiata, per esempio, l'area delle esportazioni che si è rafforzata nei Bric, Brasile, Russia, India e Cina, che da un globale 3,5% nel 2000 è oggi più che raddoppiata. «È merito dei grandi marchi, che hanno la capacità di sostenere quegli investimenti straordinari — commenta Boselli — impossibili per i piccoli. Ma la potenza dei brand traina anche il mondo delle subforniture, rafforzando la spina dorsale della filiera».

Anche Michele Tronconi, presidente di Smi-Sistema moda Italia, l'associazione di

categoria della Confindustria, è del parere che le imprese abbiano messo a frutto la lezione precedente e siano adesso meglio attrezzate per resistere a nuove onde di crisi. «Certo, la manovra in corso d'opera è tutta sbilanciata e avrà un effetto depressivo, perché non accenna minima-

mente a ipotesi di sviluppo. Abbiamo già dei segnali forti di rallentamento che questo grottesco balletto su tassazioni sempre diverse non fa che aumentare. Per di più l'inserimento di quell'articolo 8 sulla necessità di "superare le rigidità in uscita", dopo l'accordo firmato il 28 giugno tra le parti sociali, rappresenta soltanto una reazione di difesa rispetto a quella che è stata interpretata come una supponenza rispetto alla politica».

E l'aumento dell'Iva? «Può tranquillamente essere assorbito non toccando gli alimentari e i prodotti di largo consumo», afferma Tronconi. Mentre Boselli osserva che nel lusso «il prezzo più caro diventa a volte perfino un incentivo all'acquisto. Dunque, perché no?».

Quello che manca, sostiene Tronconi, è il confronto con gli altri Paesi e le loro politiche economiche. E cita il caso dell'Ice, l'Istituto per il commercio estero, che è stato chiuso nel momento in cui Francia e Germania hanno raddoppiato i fondi per la promozione internazionale. «Si potevano ridurre le spese, invece è stato abolito». Quello di cui si sente la mancanza, è una visione d'insieme.

GIUSI FERRÉ