

## INTERVENTO

# Il tessile-moda riparte dal mercato interno

**I CONSUMI**

I dati di questi giorni spiegano che le vendite natalizie hanno tenuto e che i saldi vanno meglio del previsto

**IL DUALISMO**

Il campanello d'allarme suona per l'export, per questo bisogna rafforzare le tendenze evidenziate in Italia

di **Michele Tronconi\***

I consumi natalizi non sono crollati e i saldi stanno andando meglio del previsto. I "factory outlet" dei prodotti della moda stanno assumendo un ruolo sempre più importante.

Che cosa ci dicono questi segnali? Solo un mese fa mi veniva chiesto di spiegare gli esiti di un questionario dove il 50% circa degli intervistati dichiarava che avrebbe evitato di acquistare capi di abbigliamento, nei successivi tre mesi. Invece, adesso, scopriamo che in molti preferiscono consumare, invece che risparmiare, quando trovano il prezzo giusto per coccolarsi col

prodotto che piace.

Oltre alle normali esigenze di consumo, c'è la spinta ad esorcizzare la paura del momento, complice, in molti casi, l'aumento del tempo libero, voluto o forzato. Se ci si chiede come mai i consumatori di altri Paesi agiscano con meno vigore, come negli Stati Uniti, forse è perché su di essi pesa l'indebitamento individuale pregresso. Così, proprio i settori più tradizionali del made in Italy, come il tessile-moda appunto, sembrano poter alimentare la resistenza dell'economia nazionale. A patto di dare ossigeno, lì dove c'è ancora chi vuole correre. Perché il rischio di indietreggiare è ancora elevato.

Resta il fatto che se i negozi vendono, con tanto o poco profitto, vuol dire che potranno pagare puntualmente i fornitori. Questi, a loro volta, potranno fare altrettanto lungo la catena produttiva, con buona pace di quelle banche che troppo in fretta hanno rinunciato a svolgere la loro funzione di polmone, a pagamento. E non è finita: le scorte andranno presto riassortite e ciò rimetterà in moto la produzione, invertendo il gioco delle aspettative, passando dalla fase di stop generalizza-

to, a quello di "go" selettivo. Già, selettivo. Perché la capacità di offerta si è comunque ridimensionata, ma anche perché i nodi giunti al pettine porteranno le imprese a scegliere definitivamente, di chi fidarsi e di chi no, per il loro futuro.

Il vero problema è che se il mercato interno, per sua inclinazione, anche di gusto, ci sta offrendo una sorpresa positiva, nei mercati esteri, invece, il rallentamento dei consumi potrebbe risultare prolungato.

Gli ultimi dati Istat ci dicono che fino ad ottobre le nostre esportazioni sono calate meno delle importazioni, ma con una forte diversificazione dei mercati target, rispetto al passato. Il saldo attivo si è addirittura rafforzato del +1,4%, ma alcuni dei nuovi clienti esteri del made in Italy potrebbero soffrire ancora per un po' l'onda lunga della cattiva finanza americana. Ecco perché il minor abbrivio delle nostre esportazioni andrebbe quasi compensato, temporaneamente, via consumo interno. Lo scontrino parlante per sostenere i consumi di abbigliamento per bambini, o la revisione dei criteri che regolano la domanda pubblica, per stimolare in modo innovativo la pro-

duzione interna, sono solo alcuni dei possibili strumenti.

Visto anche i numeri in gioco - occupazione, valore aggiunto e saldo commerciale - forse sarebbe meglio, una volta tanto, puntare su ciò che i consumatori scelgono anche in momenti di crisi, invece che lasciarsi tentare dal ripetere le rottamazioni del passato. Quelle stesse che hanno drogato il mercato degli ultimi anni, deviando i consumi interni, ed innalzando il livello della caduta attuale.

Tra l'altro, il tessile-moda, in senso allargato, è stato il primo e unico settore che ha saputo riunirsi tra associazioni datoriali e tutte le forze sindacali, chiedendo ascolto al Governo, non per pietre, ma per proporre; non per venir protetti, ma per promuovere.

Ricorrendo ad un'analogia sportiva: se il Governo volesse svolgere il ruolo del "Mister" e arringare alla vittoria la grande squadra del made in Italy, non dovrebbe rinviare oltre il confronto in spogliatoio. Ciò, per costruire meglio il gioco di squadra e vincere la partita più importante, quella che permetterà al Paese di giocare tutte le altre.

\* Presidente Smi-Sistema Moda Italia