

Pitti 81° Inaugurazione courtesy Pitti Immagine

Sembra proprio l'edizione scaccia crisi. La conferenza stampa di Pitti Uomo 81° apre all'insegna dell'ottimismo e della speranza. Il sindaco Matteo Renzi definisce Pitti , con una buona immagine di sapore guerriero adatta alla Fortezza che ospita l'evento, una grande catapulta verso la speranza. Anche il ministro delle infrastrutture e dello sviluppo Corrado Passera, che per altro ha declinato l'invito la presiedere il momento inaugurale della manifestazione, nella lettera inviata, sottolinea che Pitti è una iniziativa importante dal momento che esistono straordinarie opportunità di crescita grazie all'apertura globale dei mercati; promette nuovi interventi del governo a favore del settore.

La catapulta, seguendo l'immagine utilizzata dal Sindaco Renzi, deve poter lanciare molto lontano i dardi o i macigni per poter abbattere le mura delle città nemiche. La metafora calza non solo per Pitti, ma anche per le aziende del Made in Italy. Una macchina da guerra con poco capacità di lancio, nel nostro caso una limitata ai soli mercati italiani o europei, rischia attualmente di collassare La crisi del mercato occidentale è evidente per tutti e i relatori di Firenze, pur lanciando un messaggio di ottimismo, sono stati molto realisti e concreti suggerendo l'opportunità di aprirsi ai mercati extraoccidentali, ma segnalandone le difficoltà e i rischi se non si possiede la macchina d'assalto opportuna.

Come costruire una buona catapulta? I suggerimenti mettono in campo non solo gli

operatori del comparto tessile, abbigliamento, moda, ma fondamentalmente le istituzioni. Il messaggio che, tanto il presidente di Pitti Immagine Gaetano Marzotto che Miche Tronconi Presidente di Sistema Moda Italia, avrebbero voluto dare *de visu* al Ministro Passera è chiaro, e si muove proprio a partire dallo sforzo che Agenzie come Pitti, Camera della Moda o Sistema Italia e altri stanno mettendo in atto anche indipendentemente dalle istituzioni. Pitti si propone, ha spiegato Gaetano Marzotto, come piattaforma di aiuto per le piccole e medie imprese per esportare in nuovi mercati dove lo spazio non è solo monopolio delle grandi griffe perché ce ne è anche per altri aziende di medio calibro, ma –aggiunge- abbiamo bisogno di abbattere i costi e quindi vede come necessario che le imposte siano spostate dalle imprese e dal lavoro verso il prodotto, le cose; concretamente –ripete- è necessario un taglio dell'IRAP, altrimenti le imprese non possono guardare con serenità all'esportazione.

Quindi i suggerimenti che vengono dal tavolo dei relatori di Pitti 81° si riassumo in:

1) Aiutare le Medie e Piccole Imprese che vogliono penetrare in nuovi mercati, quelli concretamente che dimostrano attualmente una capacità di crescita come i Paesi dell'area BRIC. In modo particolare per la Cina sappiamo che lo stesso SMI ha aperto un ufficio a Shangai a questo fine. Pitti Uomo 81° con l'elevato numero di buyers arrivati dall'estero e dalla Cina in particolare si pone veramente come il trampolino di lancio in questo senso.

2) Incentivare il turismo per convogliare compratori nelle città italiane. Riuscire a rendere Firenze, Venezia, Milano, Roma leader dello shopping mondiale non dovrebbe essere difficile dati i richiami turistici che già posseggono. E' necessario però che siano notevoli per il turista i benefici della permanenza in Italia. Quando i turisti cinesi o di altri paesi acquistano da noi i prodotti del Made in Italy acquistano a prezzi migliori che da loro perché

il prodotto non è gravato da dazi ed altro. Rendendo agevole e conveniente l'ingresso, la permanenza e l'acquisto in Italia, si può sperare che i consumatori stranieri potranno imparare ad apprezzare non solo la qualità del Made in Italy, ma lo stile di vita italiano. Si tratta evidentemente di investire in infrastrutture ed anche questo è un buon messaggio per il Ministro Passera, ed anche tutto ciò che realmente faciliti l'acquisto.

3) Diminuire i costi delle aziende abolendo l'IRAP per liberare capitali da utilizzare per occupazione ed esportazione. Soluzioni mirate, concrete e a prima vista semplici che dovrebbero trovare una sollecita accoglienza in sede di Governo.

Tutte speranze alla vista di tanti buyers? Tutto ottimismo legato alla possibilità di aprirsi ai mercati in forte crescita che si presentano come bolle di ossigeno per il prodotto del Made in Italy? No! Perché ci vuole molta prudenza, specialmente per affrontare il mercato cinese. Sarà un mercato di grandi potenzialità anche per le medie imprese solo dopo un attento lavoro di studio del territorio, della cultura e della mentalità cinese, solo dopo studiato e conosciuto il mercato locale ed essersi assicurato un partner cinese.