



## IL GOVERNO SALE IN PASSERELLA PER UN NUOVO RINASCIMENTO DELLA MODA ITALIANA.



Luisa Beccaria A/I 2015-16

E' senz'altro positivo che finalmente il Governo mostri una sensibile attenzione per il **Sistema Moda** con varie iniziative, a cominciare dall'annunciata presenza del Presidente del Consiglio Matteo Renzi all'inaugurazione delle sfilate di Milano il prossimo 24 Febbraio. Nel corso dell'ultimo **Convegno Pambianco** (13/11/2015), il Viceministro allo Sviluppo Economico **Carlo Calenda** ha riconosciuto infatti che "la moda sinora ha risentito di una forma di snobismo e la politica ha mantenuto una certa distanza. Ma la moda è una grandissima industria, per giunta di natura culturale. Perciò il Governo deve fare in Italia tanto quanto David Cameron ha fatto per Londra e François Hollande per Parigi".

E così, stando alle parole di Calenda, in occasione del suo intervento alla Fashion Week milanese il **Premier Matteo Renzi** presenterà un piano dell'esecutivo per favorire un coordinamento che allinei l'Italia agli altri Paesi, dove tutto è più centralizzato in termini di gestione delle sinergie, di calendario, di fiere e di rapporti con i buyer.

In particolare, il programma prevede due serie di azioni. La prima è la formazione di un organo direttivo che, al pari di quanto avviene nel Regno Unito, metta assieme, da una parte, l'industria, i grandi marchi, le rappresentanze della moda (di Milano, Firenze, Roma) e, dall'altra, il monte della filiera. Dovrà essere una sorta di *steering committee*, un "comitato guida" per decidere le linee strategiche di anno in anno, al fine di trovare sinergie



lungo la filiera e individuare le richieste da rivolgere al governo.

Il secondo tipo di iniziativa consiste nel concentrare nei giorni delle sfilate ambrosiane anche le attività delle fiere del tessile e degli accessori, trattandosi di manifestazioni che hanno spazio per recuperare rispetto allo storico rivale rappresentato dalla Francia. “Dobbiamo legare e collegare le sfilate e il monte della filiera. L’Italia ha un valore competitivo unico: aver mantenuto la produzione nel proprio sistema. I due mondi devono riprendere a parlarsi” ha spiegato il Viceministro Calenda, che ha anche annunciato il proseguimento dell’impegno del Governo per favorire gli accordi delle piccole e medie imprese con la grande distribuzione degli Stati Uniti (Neiman Marcus, Saks Fifth Avenue e Nordstrom), “per raggiungere l’America profonda”.

Nel Febbraio scorso il medesimo Calenda aveva messo a punto un piano per il sostegno del made in Italy - 261 milioni di euro di cui 36 nella moda e 50 per il potenziamento delle fiere - puntualizzando che le risorse “saranno disponibili solo a patto che la moda mostri di saper unire le forze e di garantire una proposta industriale e commerciale valida”. Le premesse per vincere l’atavico individualismo sembrano esserci, del resto, dato che i grandi distretti del tessile (Prato e Biella), dopo la crisi sembrano pronti a ripartire grazie al progressivo rientro della produzione di alta gamma dall’Est asiatico, trovando un nuovo punto di coesione attorno al budget stanziato per fare della kermesse milanese la prima al mondo: “Siamo ai vertici mondiali nella produzione; non è accettabile non esserlo anche nella distribuzione e



*Moschino P/E 2016*



promozione” ha affermato Calenda, il quale ha puntualizzato inoltre che i fondi dovranno contribuire a dare una fisionomia e uno scopo preciso alle tre città di riferimento della moda italiana: Milano, Firenze e Roma (“AltaRoma può vivere solo come piattaforma di lancio e vetrina per i giovani talenti italiani e internazionali, mai più come intrattenimento per il generone romano”).

Il Governo ha predisposto una strategia mirata a sostenere anche aziende nuove o di seconda fascia: “Abbiamo un ampio spazio di penetrazione nel settore del lifestyle medio-alto: penso a molte piccole aziende che, in mancanza di un marchio proprio, potrebbero affermarsi nel settore delle private label”. E ancora: “Il ministero sarà il tramite fra le tipologie di prodotti richieste dai department store, le offerte selezionate da Sistema Moda Italia fra i suoi associati e l’ulteriore selezione di buyer e soggetti interessanti da incentivare nella proposta e nella vendita di prodotti italiani da parte dell’ICE”. Come ai tempi di Giovanni Battista Giorgini e della prima sfilata a Firenze nel 1951, i buyer verranno quindi invitati a conoscere la realtà produttiva delle aziende selezionate e potranno godere di un supporto significativo anche in termini di comunicazione per esporre e sostenere i brand italiani scelti.

Questo sostegno a tempo determinato dovrebbe spingere i piccoli imprenditori a investire in ricerca e innovazione, dunque ad assumere. Il tessile beneficerà infatti di una serie di incentivi legati allo sviluppo tecnologico. Lo snodo della formazione e della ricerca è senz’altro essenziale per sostenere un piano che, una volta esaurita la spinta del marketing, non si trovi privo di una produzione distintiva e di appeal.

Ci auguriamo quindi che sia definitivamente tramontato il tempo dell’assenza delle



## Un Rinascimento per la Moda Italiana?

istituzioni, la cui mancanza è stato uno dei fattori che hanno impedito al tessuto sociale italiano di valutare la moda come un settore strategico importante e un fenomeno culturale significativo, al contrario di quanto verificatosi in Paesi che pure con l'Italia condividono percorsi simili per storia, pensiero, etica.

