



MACCHINE INDUSTRIALI E MECCANICHE
+25,6%

MOBILI E ARREDI
+40,8%

STORIA DI COPERTINA

RUSSIA

IL VERO ELDORADO

MEZZI DI TRASPORTO
+51,0%

Nei primi quattro mesi del 2008 le esportazioni italiane verso Mosca hanno subito un'accelerazione del 42,2%. Ecco perché l'ex Urss sarà il nostro primo partner. di Gianluca Ferraris e Zornitza Kratchmarova

ALIMENTARI E BEVANDE
+9,3%



IN QUESTA RICHIESTA

- 20 E IL MADE IN BRIANZA ORA FA ROTTA VERSO EST
- 22 IL CASO INDESIT: VENDERE È QUESTIONE DI CENTIMETRI
- 22 LE DIECI CITTÀ DEL FUTURO SONO TUTTE IN SIBERIA
- 24 MODA, MOSCA ADESSO È IL PRIMO MERCATO
- 26 BOSELLI: LA RETROMARCIA DEI DELOCALIZZATORI

■ Stati Uniti? No, grazie. Per il made in Italy è l'ora della Russia. Perché se la domanda americana crolla e non c'è più la svalutazione della lira ad aiutare le esportazioni, per recuperare i margini perduti basta rivolgersi al «nuovo Eldorado»: un mercato da 150 milioni di consumatori, il cui potere d'acquisto cresce in media del 9% l'anno, e che le nostre imprese hanno già dimostrato di saper conquistare.

Nei primi quattro mesi di quest'anno le vendite italiane all'ombra degli Urali hanno sfiorato i 3,5 miliardi di euro, con un balzo del 42,2% rispetto allo stesso periodo del 2007. Una crescita che, salvo sorprese, dovrebbe tradursi a fine 2008 in un flusso di esportazioni pari a oltre 10 miliardi di euro: nel 2005 valevano poco più della metà. Il 23 febbraio, al World economic forum di Davos, in Svizzera, il neopresi-

dente Dimitri Medvedev aveva definito l'Italia «uno dei principali alleati commerciali della Russia».

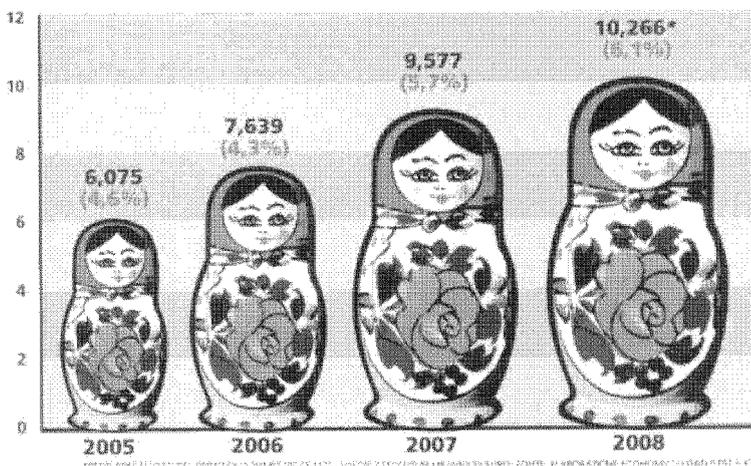
E così è. Nel 2007 il nostro Paese ha raggiunto il terzo posto nella speciale classifica dei partner di Mosca, scalzando dal podio dell'interscambio la Cina e piazzandosi alle spalle di Stati Uniti e Germania: nel 2003, eravamo i tredicesimi. Da allora, però, le esportazioni hanno cominciato a crescere a una media superiore al 20% annuo, fino al 26,7% del 2007. «Questo mercato continua a riservarci grandi soddisfazioni» dice a *Economy* Rosario Alessandrello, presidente della Camera di commercio italo-russa. «Sì, ci sono stati anni difficili. Ma le nostre imprese, sbarcate qui per prime dopo il dissolvimento dell'Urss, hanno deciso di restare e di investire nonostante tutto».

Logico dunque che oggi siano loro le prime ad av-



LA MATRIOSKA DELLE ESPORTAZIONI ITALIANE IN RUSSIA

L'andamento dell'export del made in Italy in Russia dal 2005 al 2008: dati in miliardi di euro e (in rosso) in quota di mercato. I valori del 2008 si fondano su una stima basata sui primi quattro mesi: se il trend fosse confermato, sarebbe la crescita più forte negli ultimi quattro anni.



intervista

a RENATO MATTIONI

direttore generale della Camera di commercio di Monza e Brianza

E IL MADE IN BRIANZA
ORA FA ROTTA A EST

Per un territorio così piccolo è quasi un record: nel 2007 l'export delle imprese brianzole verso la Russia ha raggiunto i 312,9 milioni, con una crescita a due cifre rispetto all'anno precedente, mentre la quota di aziende che hanno fatto affari a Mosca e dintorni (4,3%) è superiore alla media italiana (4,2%) e in linea con quella della vicina Milano. Ma Renato Mattioni (foto), direttore generale della Camera di commercio di Monza e Brianza, non sembra stupirsi dei numeri sfornati dal suo centro studi: «È un'evoluzione dinamica e coerente, alla quale assistiamo da anni» dice a *Economy*.

Insomma, in Brianza siete soddisfatti?

Che il sistema-Brianza sia capace di tenere il passo con le regioni più ricche del Paese non lo scopriamo oggi. Monza è la provincia con la più alta densità imprenditoriale d'Italia: 395 iscritti alla Camera di commercio per chilometro quadrato. E nel 2007 sono nate 13 nuove aziende al giorno, domeniche comprese. Il dato fa impallidire persino il Nordest.

Quante sono quelle realmente attive sui mercati esteri?

Oltre 1.500. Molte di loro sono piccole o piccolissime realtà artigianali, ma quasi un terzo del totale è fatto da multinazionali tascabili che hanno ormai un marchio riconosciuto ovunque: Flou, T70, Fontana, Cassina, Frette.

Arrivano da un solo settore: l'arredo.

Sono certamente i più evoluti. Ma negli ultimi anni siamo cresciuti anche in altri comparti: penso alla meccanica, alla componentistica metallica o al «distretto hi-tech» di

Vimercate. Tutte realtà che si stanno affacciando con successo sui mercati esteri. È solo questione di tempo e anche qui arriveranno risultati importanti.

Qual è la loro ricetta vincente?

Quella di sempre: l'equilibrio fra metodo artigianale e produzione seriale, fra costi e investimenti, fra tradizione manifatturiera e innovazione. Senza dimenticare la capacità di settore pubblico e

sistema camerale di creare una «rete» in grado di funzionare davvero.

In che modo?

Offrendo alle imprese più piccole soluzioni, facilitazioni e strumenti per favorirne internazionalizzazione e aggregazione. Studiando le

dinamiche macroeconomiche.

Promuovendo il made in Brianza sui mercati esteri, come fa il Centro export Monza e Brianza. Negli ultimi anni siamo stati presenti in tutti i maggiori vertici bilaterali che hanno visto coinvolte le imprese italiane e lombarde sui mercati emergenti: Brasile, Dubai, Sud Africa, Russia...

Quanto vale la Russia per voi?

Moltissimo. Quando parlavo di imprese dinamiche, mi riferivo proprio alla capacità dei nostri produttori di fiutare per tempo i cambiamenti. E nell'ultimo anno, con il caro-euro e la crisi dei consumi nei Paesi a noi più affini, sono stati in molti quelli che hanno rivolto le loro attenzioni a Est. Con ottimi risultati.

Una tendenza destinata a proseguire?

Credo proprio di sì. Per ogni impresa brianzola in Russia, ce ne sono almeno altre due in fase di studio. E il boom in corso può favorire il nostro ingresso in mercati limitrofi, come Ucraina e Polonia.



IMMAGINE ECONOMICA

vantaggiarsi del boom economico del Paese. L'altro dato sorprendente è che buona parte dell'export (che secondo i profili elaborati da *Ice* e da *Simest* coinvolge quasi 2.700 aziende russe, ma a partecipazione italiana) è controllato dalle piccole e medie imprese: oltre la metà delle società che vendono a Mosca ha un fatturato inferiore ai 2,5 milioni.

Tra le aree più attive nell'interscambio sono alcuni dei territori d'elezione delle Piccole e medie imprese, come Monza, Vicenza, Reggio Emilia e Padova: «Tra il 2005 e il 2007 il nostro export verso la Russia è cresciuto del 112%, con un picco del 38,8% l'anno scorso: 310 milioni» dice a *Economy* Francesco Peghin, presidente di Confindustria Padova: «Il futuro è roseo: l'area è vasta, vicina e soprattutto più affine e accessibile per noi rispetto a Cina e India».

«UN PAESE IDEALE». Che il sodalizio italo-russo sia destinato a durare è convinzione di molti. A cominciare dall'amministratore delegato di Fiat Sergio Marchionne, che il 7 giugno ha definito la Russia «il Paese ideale per chi vi investe». La pensano così anche Gabriele Zambelli, numero uno di *Max Mara Russia* (che conta di trasformare Mosca nel primo mercato del gruppo entro il 2012), e Matteo Lunelli, vicepresidente di *Ferrari spumanti*, che lo scorso anno ha raddoppiato la quota export russa rimediando così al calo degli ordinativi sul fronte interno e alla riduzione dei margini su quello nordamericano.

Proprio questa sembra essere la chiave dei nuovi commerci internazionali: «Mentre quasi tutti i mercati esteri rallentano, a causa della crisi americana e del caro-greggio, l'area ex sovietica mantiene alti tassi di

ECCO DOVE SIAMO CRESCIUTI DI PIÙ
NEI PRIMI QUATTRO MESI DEL 2008Le esportazioni italiane in Russia per settore,
nel primo quadrimestre del 2008

SETTORI DI ATTIVITÀ	VALORE DELL'EXPORT GEN.-APR.08 (MILIONI DI EURO)	VARIAZIONI % GEN.-APR.08 SU GEN.-APR.07
MEZZI DI TRASPORTO	159,9	51,0
LEGNO	28,9	44,0
CUOIO E PRODOTTI IN CUOIO	296,0	42,3
MOBILI E ARREDO	260,8	40,8
PRODOTTI DELL'AGRICOLTURA E DELLA PESCA	44,4	33,9
PRODOTTI IN GOMMA E PLASTICA	80,4	29,4
PRODOTTI MANIFATTURIERI	3.375,9	26,6
MODA, TESSILE E ABBIGLIAMENTO	571,3	25,7
MACCHINE INDUSTRIALI E MECCANICHE	1.042,0	25,6
PRODOTTI CHIMICI E SINTETICI	181,3	18,6
PRODOTTI IN METALLO	216,6	10,7
ALIMENTARI E BEVANDE	101,5	9,3

ELABORAZIONE DI ECONOMY SU DATI ISTAT E ICE

CONSIGLI PER CHI VUOLE FARE AFFARI CON 150 MILIONI DI NUOVI CONSUMATORI

Ecco quali sono, oggi, le principali caratteristiche economiche, fiscali, doganali e burocratiche della Federazione russa. Una «guida minima» per chi vuole fare affari con la Russia, un Paese da 150 milioni di consumatori.

I PRINCIPALI DATI ECONOMICI

Nel 2007 il Prodotto interno lordo della Federazione russa è cresciuto del 5,2%. L'inflazione ha raggiunto l'8% su base annua (battendo l'obiettivo governativo dell'8,5%) e i redditi medi risultano in aumento dell'8,3%. Lo scorso anno la bilancia commerciale ha registrato un attivo di 124 miliardi di euro, dovuto soprattutto all'export di gas, petrolio, oli combustibili e metalli. I primi cinque partner commerciali del Paese sono Stati Uniti, Germania, Italia, Cina e Olanda.

LA TASSAZIONE D'IMPRESA

L'imposta sugli utili aziendali è *flat*, cioè ad aliquota unica, indipendentemente dal fatturato conseguito, ed è compresa tra il 24 e il 26,5% a seconda delle categorie merceologiche. Non ci sono tasse locali, perché l'imposta sugli utili viene già ripartita a livello centrale. Nel Paese esistono tuttavia decine di Zone economiche speciali dove, per favorire l'insediamento di imprese straniere, l'imposta sugli utili scende al 6,5% e non si pagano dazi all'import. L'Iva sui beni di consumo è sempre pari al 18%.

BUROCRAZIA E ASPETTI PRATICI

Aprire un'azienda è diventato più facile nonostante il peso della burocrazia ex sovietica resti soffocante. Anche contrattualistica, tutele giuridiche e infrastrutture sono migliorate negli ultimi anni. Il cambio euro/rublo è piuttosto stabile (1 euro = 34,6 rubli) e nelle grandi città operano tutte le principali banche internazionali. Sul piano doganale il livello medio dei dazi russi è pari a circa l'11-12%, ma il governo applica sovrattasse elevate in alcuni settori di nostro interesse (mobili, calzature, arredamento, ceramica e bevande alcoliche).

crescita» dice a *Economy* Marco Fortis, vicepresidente della Fondazione Edison ed esperto di export. «Merito dell'export di materie prime e di una domanda interna meno condizionata dagli scenari globali».

Il solo mercato automobilistico russo, per esempio, nel 2007 è cresciuto del 45%, ed entro il 2011 conquisterà la leadership europea per volumi di vendita. Non è un caso, dunque, se le nostre esportazioni di mezzi di trasporto hanno registrato un incremento del 104% in un anno e del 51% nel solo gennaio-aprile 2008 (vedere la tabella a sinistra). L'auto, del resto, non è l'unico settore nel quale i beni di consumo italiani hanno messo a segno incrementi a doppia cifra: solo per restare all'ultimo quadrimestre, le vendite di arredamento sono cresciute del 40,8% e quelle di scarpe e pelletteria di oltre il 42%.

Se si osservano i trend di più lungo periodo, invece, stupiscono le esportazioni di alimentari (raddoppiate tra il 2006 e il 2007) e del comparto moda e lusso, che alla fine dello scorso anno hanno superato in valore quelle effettuate negli Stati Uniti (vedere l'articolo a pagina 24). Anche perché è difficile trovare altri Paesi dove piazzare penne con rubini e smeraldi (prezzi fino a 700 mila euro), cavallini a dondolo in oro massiccio (1 milione) o addirittura reggiseni tempestati di diamanti (6 milioni). Follie che raccontano una domanda senza limiti, ideale per esaltare la creatività italiana nei settori a più alto valore aggiunto.

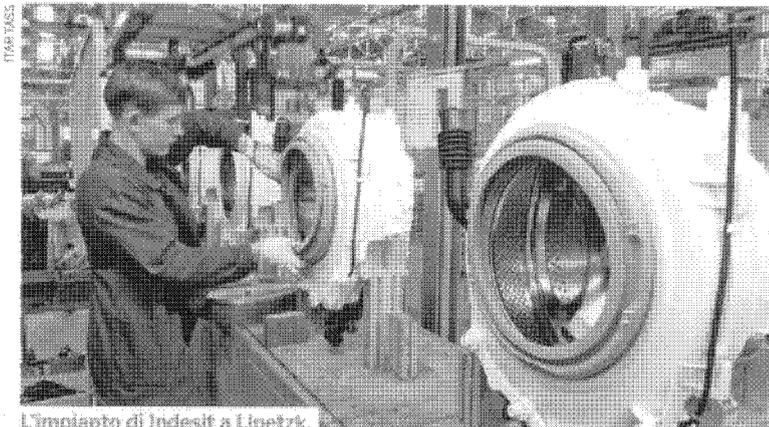
Per descrivere la stagione d'oro delle nostre esportazioni, però, non basta fermarsi alle vetrine griffate che affollano le città russe o ai saloni del mobile e del cibo dove la presenza di espositori italiani raggiunge il 70% del totale. Anzi: «A differenza di Cina e India, che assorbono soprattutto i classici del made in Italy» osserva Fortis «qui esiste anche una forte doman-



IL TANDEM
Vladimir Putin, primo ministro russo, con Dimitri Medvedev, il suo successore alla presidenza della Federazione. A sinistra, legname italiano destinato al mercato russo, per essere trasformato.



intervista

a DARIO BASSETTI
chief marketing officer mondiale di Indesit

L'impianto di Indesit a Lipetzk.

VENDERE È QUESTIONE
DI POCHI CENTIMETRI

Nessun dettaglio tralasciato. Prima di effettuare un acquisto, il consumatore russo è solito condurre un'analisi attenta dei prodotti disponibili, comparando prezzi e prestazioni. Molto più di quanto non faccia un italiano, un inglese o un tedesco. Secondo Dario Bassetti (foto), chief marketing officer di Indesit, che nell'area dell'ex Unione Sovietica ha investito finora 200 milioni e qui realizza il 25% del fatturato (3,43 miliardi di euro nel 2007), il mercato di Mosca e dintorni è tra i più interessanti al mondo: «Però bisogna conoscerlo per evitare passi falsi».

Quali sono i passi falsi?

I russi hanno competenze tecniche superiori alla media europea e, per quanto riguarda gli elettrodomestici, sono soliti installarli e ripararli da soli.

Questione di budget?

Anche. Per un frigorifero o una lavatrice, qui ci vuole in media uno stipendio.

Che cosa fate per battere la concorrenza?

Il personale di vendita è addestrato con *training* specifici per ciascun prodotto. Stesso approccio per i 300

e passa centri di assistenza di cui disponiamo in 150 città del Paese.

Rispetto all'Occidente c'è differenza nella scelta dei prodotti?

Non direi. Anche se le linee salva-spazio, con una profondità di 33 centimetri anziché 60, hanno qui un mercato più florido che altrove. Soprattutto nelle grandi aree metropolitane.

E poi?

Negli ultimi anni vanno molto le gamme colorate che, a sorpresa, piacciono non solo ai giovani.

I prodotti Indesit venduti in Russia sono tutti realizzati lì?

Non esattamente: su 3,5 milioni di pezzi

commercializzati l'anno, quelli made in Russia sono 2 milioni circa. Non è escluso, però, che la loro incidenza cresca.

Farete altri investimenti nell'area?

Sono allo studio nuove opportunità di sviluppo, questo sì: ma è ancora presto per parlarne. Per ora ci concentriamo sui 2 impianti già operativi, entrambi nell'area di Lipetzk, 400 chilometri a sud di Mosca, e sull'ultimo nato: il polo logistico di settore più grande d'Europa, inaugurato nel 2005.



da di beni strutturali, motivata dalla fase di espansione: qui servono macchinari per l'edilizia, robot industriali, componentistica e chimica evoluta». Sono tutti comparti dove l'industria italiana è già leader nell'area dell'ex patto di Varsavia, con una quota export superiore a quella di Francia e Inghilterra messe insieme e che è quasi raddoppiata negli ultimi due anni, passando da 24 a 46 miliardi di euro.

FLUSSO DI CAPITALI. Ma anche gli investimenti corrono. Nel 2006 il flusso di capitali italiani impegnati nella Federazione russa è stato di 1,1 miliardi di dollari circa, mentre nei primi sei mesi del 2007 (l'ultimo dato disponibile) ha raggiunto i 553 milioni. L'arrivo più recente è quello di **Pirelli**, che il 4 giugno ha firmato un contratto di partnership con **Russian Technologies** per dare vita a un polo produttivo dal quale usciranno pneumatici e filtri con il marchio italiano. L'accordo segue quelli stipulati tra il 2004 e il 2007 da **Fiat Auto** e **Iveco**. Tra le presenze di lunga data ci sono anche **Indesit** (vedere l'intervista a sinistra), **Ansaldo**, **Prima Industrie**, **Eni** ed **Enel**. Per loro, i

TUTTI IN SIBERIA

Non ci sono solo Mosca e San Pietroburgo: le nuove frontiere dell'export made in Italy in Russia sono in Siberia. È qui che si concentra la grande maggioranza delle risorse

energetiche e dunque buona parte della ricchezza del Paese; soprattutto, è qui che ancora in pochi sono presenti. La Siberia, insomma, è un mercato «vergine» con ottime potenzialità. Parola di Roberto Chinello, titolare con Tatiana Souchtcheva di **Società Italia**, azienda di export specializzata nel segmento del lusso, che ha condotto una ricerca sul campo per scoprire le nuove destinazioni dello shopping russo. Nella cartina le dieci città top, su 22 analizzate, presentate in anteprima da *Economy*: sette su dieci sono in Siberia.

Nizhnij Novgorod

È la quarta città più popolosa della Russia con 1,4 milioni di abitanti. Solo in tempi recenti ha conosciuto uno sviluppo adeguato testimoniato anche dai cantieri aperti un po' ovunque. Ci sono buone prospettive, dunque, anche per chi opera nell'edilizia. Sul fronte commerciale meglio optare per i negozi monomarca. Sono ancora pochi e, a quanto pare, sono i preferiti dai più benestanti.

Naberezhnye Chelny

Situata nella Russia europea più orientale, Naberezhnye Chelny ha 500 mila abitanti. Nel 2007 si è aggiudicata la palma della città più pulita del Paese. L'industria dell'automobile qui ha la meglio, anche per la presenza della fabbrica Kamaz, ai tempi dell'Urss un marchio storico di camion, bus, trattori. La classe media c'è e ha una propensione alla spesa decisamente elevata rispetto alla media del resto della Russia.

prossimi anni sono promettenti: alle società già operanti sul mercato russo, da luglio il governo Medvedev offrirà condizioni legislative e fiscali più favorevoli se decideranno d'installare o di trasferire gli impianti in una delle 12 «Zone economiche speciali». Questa è l'ultima, decisiva mossa varata per dare impulso a un'economia che negli anni dovrà essere sempre meno dipendente da petrolio, gas e metalli.

Oggi infatti l'80% dell'export russo viene dalle materie prime, proprio come ai tempi dell'Urss. Ecco perché ora la priorità del governo è la diversificazione delle produzioni anche attraverso quel superamento del capitalismo di Stato che ha permesso al Paese di tornare grande. Ma oggi potrebbe non bastare. Soprattutto se l'obiettivo di Mosca, come ha detto Medvedev il 6 giugno, è davvero quello di «prendere il posto degli Stati Uniti» nello scacchiere mondiale, spodestando il dollaro a favore del rublo. **®**



La città siberiana di Nizhnevartovsk: per Società Italia è una delle più promettenti.

ONLINE
GLI ULTIMI DATI DELL'ISTAT
SULL'EXPORT ITALIANO
NEI MERCATI EMERGENTI.



Izhevsk

Con 630 mila abitanti è la città multietnica per eccellenza: vi convivono più di 100 nazionalità e i russi sono il 58,9% del totale. Almeno all'apparenza non vi sono conflitti etnici. Famosa per essere la patria dei fucili mitragliatori Galashnikov, conta su una forte industria bellica. Vanno per la maggiore gli status symbol. Buone chance per chi opera nei segmenti tradizionali del made in Italy.

Tyumen

Per ricchezza è seconda sola a Mosca perché nella zona si trova la stragrande maggioranza delle risorse energetiche russe. Non a caso la maggior parte delle attività di Gazprom, Lukoil e Yukos sono concentrate qui. Peccato che le aziende italiane siano pressoché inesistenti. Solo Max Mara ha un monomarca. Stanno nascendo nuove vie dedicate allo shopping. Varrebbe la pena approfittarne.

Surgut

L'economia locale si basa tutta sull'industria estrattiva di gas naturale e petrolio. Negli anni Sessanta le favorevoli condizioni economiche per i lavoratori, come l'assegnazione gratuita degli appartamenti, ne hanno favorito la crescita. Ora conta su 300 mila abitanti mediamente benestanti. Ma non mancano i ricchissimi, con redditi medi a sei zeri. Il made in Italy è ancora poco presente.

Nizhnevartovsk

Il clima rigido e l'apparente inospitalità dell'area non dovrebbero scoraggiare gli operatori esteri. La città, ancora modesta per dimensioni, sta crescendo velocemente. Su una popolazione di 240 mila abitanti ci sono più di 50 mila minorenni. Pertanto chi opera nei settori dei giocattoli, dell'abbigliamento e degli alimentari per l'infanzia qui avrebbe la strada spianata.

ZHNIJ NOVGOROD
MOSCŪ

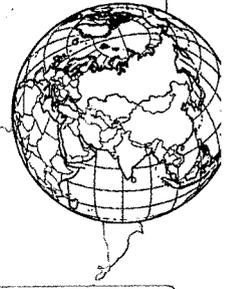
IZHEVSK TYUMEN
NABEREZHNYE CHELNY

MAGNITOGORSK

SURGUT
NIZHNEVARTOVSK

IRKUTSK CHITA

KHABAROVSK



Magnitogorsk

Si passa il confine tra Europa e Asia: a dividere i due continenti è il fiume Ural. La città, centro metallurgico tra i più importanti della Russia, è in forte crescita. Il testimoniarlo è la fiorentissima attività edilizia: il centro di Magnitogorsk è un tripudio di grucce. Il lusso è ancora appannaggio dei ricchi, ma la classe media si sta agliando spazi. Nei prossimi 3-5 anni diventerà uno snodo commerciale importante.

Irkutsk

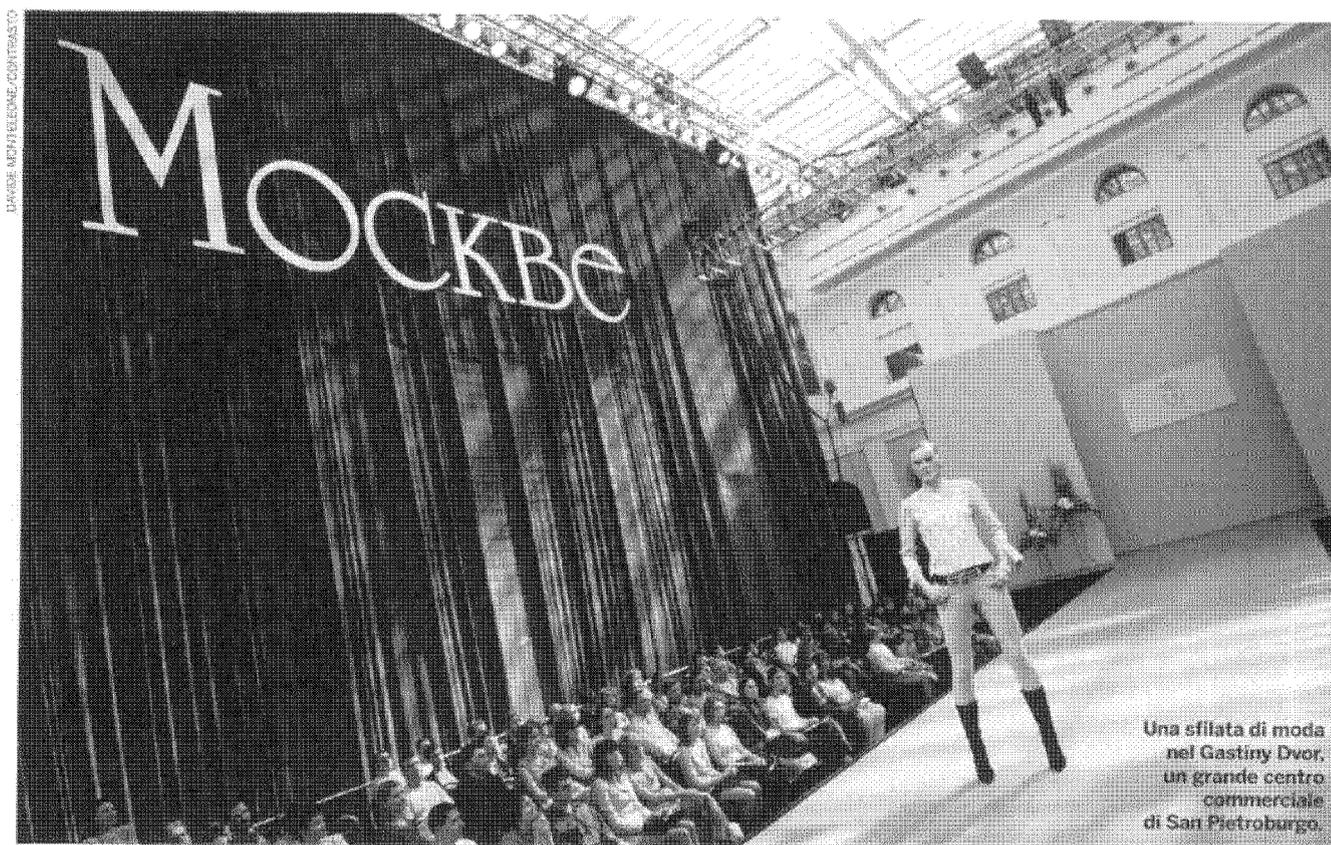
La città è un importante centro commerciale, dotato di un porto e di una diga idroelettrica. L'industria qui ruota intorno alla costruzione degli aerei militari Mig. L'unica via pedonale è ancora caratterizzata da negozi di basso livello, con merce proveniente in prevalenza dall'Estremo Oriente. Le boutique migliori si trovano nei centri commerciali, dove espongono, tra le altre aziende, le due case italiane Damiani e Carrera.

Chita

Da luogo simbolo delle prigioni siberiane (qui si trova uno dei centri di detenzione più temuti all'epoca del regime sovietico, tuttora in funzione), a nuova frontiera per l'export made in Italy. Con i suoi 400 mila abitanti, questa città ha buone possibilità di crescita. Ma Chita è allestita anche per la sua relativa vicinanza con la Cina: è a soli 500 chilometri dal confine con la Repubblica popolare.

Khabarovsk

Situata tra Cina e Giappone, è una città moderna con 700 mila abitanti che dispongono di un reddito superiore alla media russa: 450-500 euro mensili a testa. Gli status symbol vanno per la maggiore: quello che conta, insomma, è esibire i marchi e le produzioni delle aziende si adeguano. I negozi migliori sono i monomarca, mentre i centri commerciali sono concentrati sull'offerta a basso costo.



Una sfilata di moda nel Gastiny Dvor, un grande centro commerciale di San Pietroburgo.

ABBIGLIAMENTO & LUSSO

MOSCA È IL PRIMO MERCATO

Nel 2007, e ancora di più nei primi mesi del 2008, gli acquisti russi di prodotti italiani di fascia altissima, dai vestiti alle scarpe, hanno battuto quelli americani. Ed è un fatto di gran moda. di Rita Palumbo



Acquisti di scarpe nella grande boutique aperta da Dolce & Gabbana a Mosca.

■ È il «lusso vero», eleganza allo stato puro: in Russia è di moda il top di gamma. E ormai sono in molti a poterselo permettere. Mosca, la capitale della Federazione russa, vanta la più alta concentrazione di miliardari al mondo. Miliardari (sono 87, secondo la rivista americana *Forbes*) con tanta voglia di spendere, e fiduciosi di poterlo fare a lungo.

Il lusso qui è inteso come pura ostentazione, come conferma anche estetica di un nuovo ciclo storico che parla di benessere sociale e di nuovi modelli di protagonismo. Tutto ciò, declinato nei codici della moda come sistema significante si traduce: «Vesto griffato, quindi sono». Ed ecco allora che il made in Italy, dagli abiti agli accessori, dalle calzature agli occhiali, ma anche l'arredamento e tutto ciò che meglio rappresenta lo status symbol, diventa strumento di affermazione, elemento di misurazione della crescita (veloce) di un Paese.

I dati statistici parlano chiaro. Secondo un dossier redatto dalla Camera di commercio italo-russa,

'opinione

di MARIO BOSELLI

presidente della Camera della moda di Milano

SE I DELOCALIZZATORI
FANNO RETROMARCIA

Il made in Italy è vivo e vegeto. Dopo aver affrontato le sfide dell'innovazione e dell'internazionalizzazione, si trova di fronte all'ennesima prova: il rallentamento dell'economia internazionale. Il 2007 è stato un anno positivo e ha mostrato un'Italia sempre più competitiva sui mercati esteri. Secondo i dati dell'Istat, il deficit della bilancia commerciale si è fortemente ridotto e le esportazioni hanno segnato, rispetto al 2006, un incremento del 9,7%. Insomma, lo scorso anno ha fatto tirare il fiato alle nostre imprese: nonostante la flessione del 4,8% dell'export registrata a dicembre, come riflesso della crisi finanziaria americana e degli effetti negativi della congiuntura internazionale. Il commercio estero rappresenta

uno snodo strategico dello scenario economico italiano. E come addetto ai lavori, sono felice di apprendere dagli analisti economici che le imprese italiane hanno intuito che i mercati esteri non sono territorio esclusivo dei grandi gruppi. I risultati dell'export 2007 appaiono strabilianti soprattutto per le Piccole e medie imprese di eccellenza, con il 7% in più, e ancor più strabilianti sono i dati relativi ai primi mesi del 2008 in cui si è registrato un incremento del 10%. E i dati dell'export in Russia ne sono una felice conferma.

La vera novità degli ultimi anni è che, in molti casi, chi ha delocalizzato funzioni aziendali per ridurre i costi sta tornando sui suoi passi per non perdere la «qualità», elemento chiave del successo in un mercato competitivo e sempre più sofisticato



Un negozio di moda italiana a Mosca.



Mario Boselli

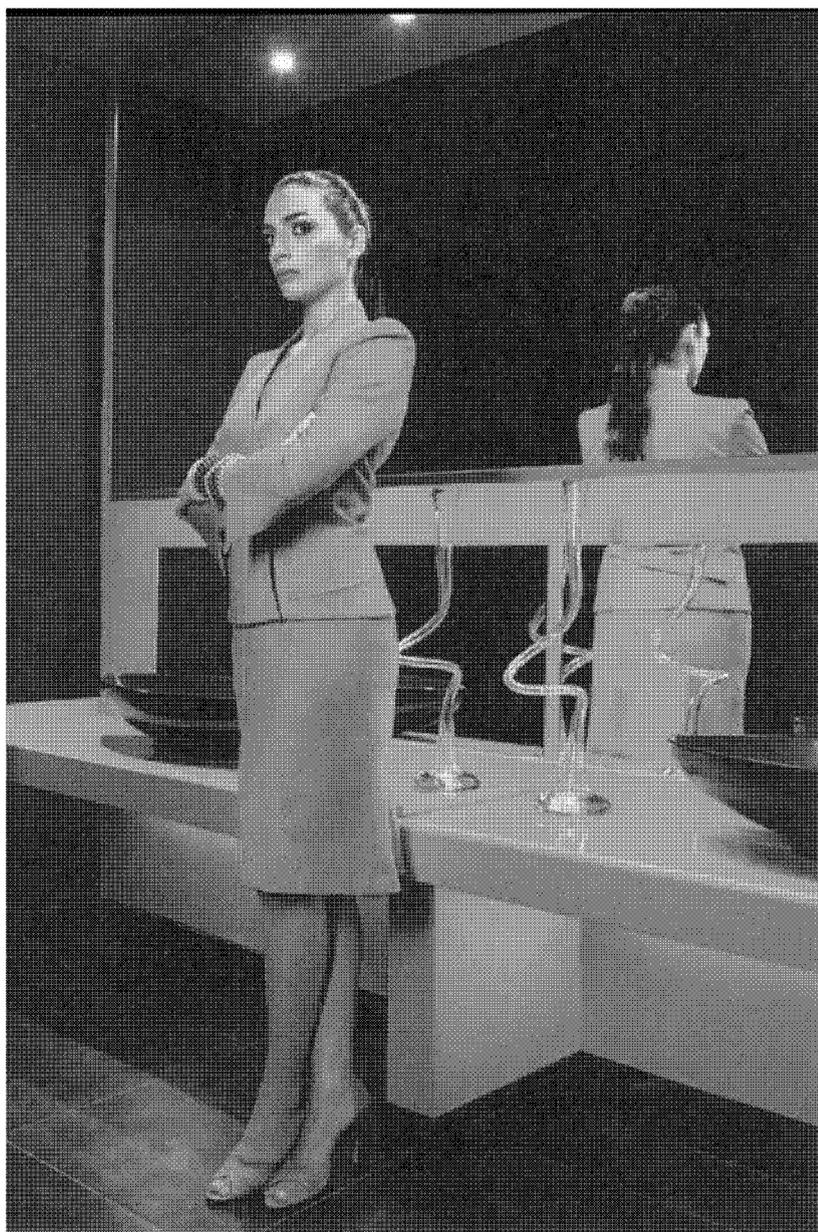
come quello della moda.

Per il settore abbigliamento il futuro comincia a tingersi di rosa, ma non ci si può adagiare sugli allori, in considerazione delle previsioni di fatturato per il 2008 (ferme all'1% di crescita), a causa dell'aumento dell'incertezza dei consumatori, dell'assenza di politiche fiscali di sostegno dei redditi, e dell'ulteriore rafforzamento dell'euro sul dollaro, che potrebbero determinare un azzeramento delle prospettive di crescita del fatturato o anche addirittura un suo leggero segno negativo.

In quest'ottica la Camera nazionale della moda ha dato vita a Milano moda precollezioni, con un primo appuntamento nel capoluogo lombardo dal 20 maggio al 20 giugno del 2008: un evento finalizzato a rispondere alle esigenze del mercato e degli operatori creando una nuova opportunità di crescita per tutto il «Sistema moda» in Italia.

► nei primi 10 mesi del 2007 le esportazioni italiane di prodotti di lusso in Russia sono cresciute del 28,2%, consentendo così alla Federazione di posizionarsi per la prima volta davanti agli Stati Uniti, al quarto posto nel mercato mondiale dei prodotti di abbigliamento. E nei primi quattro mesi del 2008 moda, tessile e abbigliamento made in Italy sono ancora cresciuti del 25,7% in Russia: continua quindi ad aumentare la quota di mercato e le nostre piccole e medie imprese vengono premiate per la qualità, in particolare nei prodotti in pelle e nelle calzature.

EVOLUZIONE CONTINUA. Saturazione del mercato? Niente paura: quello russo per l'abbigliamento è ancora un mercato in continua evoluzione, cresciuto a un ritmo medio del 27-30% l'anno nell'arco dell'ultimo quinquennio. E tutti gli analisti assicurano che questo forsennato ritmo di crescita continuerà almeno per altri cinque anni: un lustro che vedrà non solo l'affermazione di prodotti di lusso, ma anche di quelli di medio livello grazie al fatto che il potere d'acquisto in tutto il Paese cresce al ritmo del 10% l'anno. Cinque anni ancora per vendere ai consumatori russi che vogliono abiti prodotti da imprese estere, in primo luogo da quelle occidentali. Non a caso, secondo gli ultimi sondaggi d'opinione, a Mosca e in alcune delle maggiori città della Russia, almeno il 70% dei clienti dice di acquistare beni di importazione. Fondamentale per le nostre imprese



GIOVANI STILISTI
Un tailleur rosso di Rosario Farina nella collezione Marilyn, ispirata ai colori del pittore Andy Warhol.

sarà quindi il saper rispondere – prima degli altri Paesi esportatori – alle esigenze della popolazione russa, anche con prodotti di qualità di fascia media e diversificando l'offerta: dall'intimo all'abbigliamento sportivo, dall'occhialeria alle calzature, fino all'abbigliamento per bambini e ai prodotti di alto design.

Significativi a questo proposito sono gli ultimi dati dell'Ice, l'Istituto per il commercio estero (rielaborati dal dossier della Camera di commercio italo-russa e riferiti al primo semestre del 2007): secondo le stime dell'Ice, il segmento degli articoli di prezzo medio (una categoria compresa fra 30 e 150 dollari) in Russia rappresenta oggi il 70% della richiesta di mercato, mentre il 3-5% rappresenta il segmento degli articoli di «prezzo alto», una categoria che supera i 150 dollari. Logica conseguenza della costante



crescita del potere di acquisto dei cittadini russi è il boom della grande distribuzione organizzata. La richiesta degli spazi commerciali vede al primo posto il mercato dell'abbigliamento, con il 20% di richieste, prima di ristoranti e caffè (13%), accessori (11%) e saloni di bellezza (8%).

In questo contesto, pur restando Mosca e in misura minore San Pietroburgo i due maggiori centri di attrazione e di dinamicità commerciale, la creazione di nuovi punti vendita sposta l'asse Italia-Russia verso Est, fino ai mercati siberiani (*vedere anche la scheda sulle dieci città più «promettenti», alle pagine 22 e 23*) e fino a identificare la città di Novosibirsk come terzo mercato regionale del lusso, cui si aggiungono i nuovi poli di Krasnodar e Sochi, Nizhi Novgorod, Ekaterinburg, Lipetzk, Novosibirsk, Omsk, Tomsk, Vladivostok, Krasnojarsk. ®

ROSARIO FARINA

C'è una «via della seta» che da Napoli va a Mosca

L'alta moda italiana in Russia oggi riesce a sfondare non soltanto con le «grandi firme» di sempre, ma anche con alcuni giovanissimi stilisti. Di questa pattuglia, Rosario Farina è la punta di lancia: napoletano, 28 anni, dopo avere frequentato l'Accademia di costume e di moda, a Roma, Farina ha lavorato inizialmente come costumista nel mondo del teatro e della televisione, per poi approdare direttamente all'alta moda. Maestro del «su misura», anche in Russia Farina è molto apprezzato per le sue creazioni: sono tutti pezzi unici, vere opere d'arte. Lo stilista napoletano impiega sempre tessuti raffinati – satin, pizzo, organza e voile – e tutti rigorosamente made in Italy. Ma il tessuto prediletto di Farina è la seta, mentre i suoi punti di riferimento estetici sono Valentino e Christian Dior. «Le mie creazioni» dice Farina «ispirano ai valori della *haute couture* francese degli anni Cinquanta, filtrati attraverso la sensibilità di un giovane della mia età. Quando disegno cerco di coniugare il meglio della tradizione italiana con le esigenze dei nostri tempi, cercando di intuire e anticipare le tendenze nella moda sempre in continuo mutamento». La città dello stilista, Napoli, è anche la sede del suo atelier, che si colloca nell'elegante palazzo Cellammare, spesso utilizzato per ospitare eventi d'arte contemporanea. Rosario Farina, che nel corso del 2007 si è aggiudicato il Premio moda Mediterraneo, sarà presente con una nuova collezione alla manifestazione «AltaModa AltaRoma» nel gennaio del 2009.