

EDITORIALE

di Giovanni Iozzia

ALESSANDRO GAROFALO / CONTRASTO



Ripartire col sorriso dopo una **scivolata**, come in passerella

L'errore più grave, a questo punto, sarebbe farsi prendere dalla sindrome di... downgrade. Dopo l'inaspettato declassamento di Standard & Poor's, è sin troppo facile intonare la nenia sul Paese alla deriva, un po' per riflesso condizionato, un po' per logica di schieramento, un po' per l'antica tendenza nazionale all'autocommiserazione.

Innanzitutto le agenzie di rating non sono il tribunale supremo e della loro discutibile attendibilità s'è detto a lungo nei mesi scorsi. Certo l'outlook negativo, come dicono i tecnici, è un ulteriore graffio lasciato sul volto dell'Italia in un momento di mercati instabili. Ma nessuno chiede di porgere l'altra guancia. Non lo ha fatto certo Barack Obama, il primo presidente degli Stati Uniti a subire, era l'inizio di agosto, l'oltraggio del declassamento. «Non importa ciò che dice S&P. Saremo sempre un Paese da tripla A» reagì subito con orgoglio. E pochi giorni dopo il governo di Washington avviò un'inchiesta sui rating troppo disinvolti di S&P per alcuni titoli spazzatura. Nessuno, quindi, è perfetto.

Standard & Poor's esprime esplicitamente un'opinione politica su quello che potrebbe accadere nel futuro prossimo. Sarebbe colpevole in questa situazione confondere le valutazioni sulla situazione nei Palazzi del potere con i giudizi sul Paese e sulla sua struttura economica, pur sapendo che quel che accade nei primi fa sentire

ORGOGGIO&PREGIUDIZI L'Italia declassata da Standard & Poor's non è un Paese alla deriva. Come dimostrano i buoni risultati delle grandi aziende di moda che tornano a sfilare a Milano. Con una buona dose di ottimismo.

i suoi effetti sulla seconda. Come ha scritto in diverse occasioni su *Panorama Economy* e sul *Sole 24 ore* il professor Marco Fortis, i fondamentali dell'Italia restano buoni, molto più buoni di quelli di altri Paesi europei. Ma vanno rispettati e ben sostenuti di fronte ai mercati internazionali prima che finiscano per essere definitivamente fiaccati.

In giorni difficilissimi per tutti a Milano tornano le sfilate delle collezioni femminili primavera/estate 2012. La moda è uno dei fondamentali positivi dell'Azienda Italia. Per definizione deve vedere rosa,

perché non si crea con il magone dentro e non si va in passerella con il broncio. Dice senza mezzi termini Massimo Ferretti, guida manageriale del gruppo quotato in Borsa che controlla marchi come Alberta Ferretti e Moschino: «Dobbiamo continuare ad alimentare il sogno della moda, altrimenti è meglio se cambiamo mestiere». Nell'intervista di copertina spiega perché non condivide

le previsioni pessimistiche che circolano sul fashion system, forte di buoni risultati di bilancio. E, pur in una situazione frastagliata dove le migliaia di piccole imprese della produzione tessile sono in affanno, i numeri dei grandi marchi della moda italiana confermano che fra razionalizzazioni e nuovi mercati le cose vanno più che bene.

Tutto sta cambiando e non solo per effetto di una manovra sbaagliata o di un rating disinvolto. Certamente la politica non si sta dimostrando all'altezza della situazione, in Italia come in Europa e negli Stati Uniti. Ma condannare un intero Paese a compiangersi sarebbe sciocco e costituirebbe un torto alle migliaia di imprenditori che ogni giorno fanno (bene) da sé, ai manager che lavorano con loro, ai professionisti che li aiutano. Chi non ci crede più, e cerca alibi nei mercati e nella politica, come consiglia Massimo Ferretti forse farebbe meglio a cambiare mestiere. Tutti gli altri farebbero bene a ripetere: siamo sempre un Paese che sa far bene tante cose belle. ■

giovanni.iozzia@mondadori.it