

COMPETITIVITÀ

Moda, i 10 primati
del made in Italy

pag. 41

Competitività. Per la Fondazione **Edison** l'industria nazionale è ai vertici dell'export mondiale in dieci segmenti della filiera

Moda ad alto tasso di leadership

Inaugurato il Pitti Uomo con 1.065 espositori e 20mila compratori in arrivo

Cesare Peruzzi

■ L'Italia è il paese più competitivo al mondo nei comparti del tessile, dell'abbigliamento e nella filiera cuoio-pelletteria-calzature. Nel giorno d'apertura dell'82esima edizione di **Pitti Uomo**, la buona notizia arriva da Marco Fortis, economista, docente universitario e vice presidente della **Fondazione Edison** che, citando i dati del Trade performance index, ha voluto lanciare un messaggio positivo.

«Dobbiamo guardare ai nostri punti di forza e smetterla di piangerci addosso - ha detto -. Abbiamo un tessuto manifatturiero che è secondo soltanto alla Germania in termini di competitività sui mercati internazionali: nei 14 comparti presi in esame dall'**Unctad/Wto Trade performance index**, dalla moda all'elettronica alla meccanica, i tedeschi occupano otto primi posti e una seconda posizione, l'Italia è al vertice tre volte e tre volte seconda. Poi c'è la Russia con un primato. Tutti gli altri niente - ha continuato l'economista -. Il valore aggiunto del solo settore abbigliamento italiano, vicino ai 18 miliardi di euro, è superiore a quello che Francia e Spagna insieme esprimo-

no nell'auto (14 miliardi), o la sola Francia nell'aerospazio (9 miliardi), oppure ancora alle telecomunicazioni di Svezia più Finlandia (8,5 miliardi)».

Sono circa mille i prodotti in cui il made in Italy vanta una leadership (dal primo al terzo posto) e questo, secondo Fortis, «grazie alla capacità d'innovare e alla qualità che hanno spinto le esportazioni ai massimi storici», nonostante la crisi («che ha compresso i margini delle imprese») e la palla al piede di un «Paese che, al contrario del nostro manifatturiero, è davvero poco competitivo».

Della «mancanza di scelte politiche mirate», ha parlato Michele Tronconi, presidente di **Sistema Moda Italia**. «Non possiamo dimenticare che dal 2007 al 2011 il tessile-abbigliamento italiano ha perso 66mila posti di lavoro», ha puntualizzato Tronconi. «È come se fosse scomparso un intero gruppo grande come la **Fiat**: solo che in questo caso nessuno sembra essersene accorto - ha aggiunto -. L'ottimismo va bene, ma per uscire dalla crisi dobbiamo anche uscire dall'ipocrisia e dire a voce alta che produrre in Italia è sempre meno conveniente,

perché i costi sono più alti, dall'energia alla burocrazia, e le incertezze maggiori».

Pitti, con i suoi 1.065 marchi (a cui si aggiungono le 75 collezioni Donna del **Pitti W**), è comunque partito col piede giusto: stand affollati e 20mila compratori in arrivo. E poi il premio alla carriera all'americano Burt Tansky (mezzo secolo ai vertici nel *luxury retail*), che ha incitato i produttori italiani a «continuare sulla stessa strada»; il premio Pitti Immagine Uomo 2012 a **Stefano Ricci**, il cui marchio è oggi uno dei brand del made in Italy più affermati nel mondo; le parole di Alberto Peci, presidente del **Centro Moda** di Firenze: «41 anni di successi per Pitti dimostrano un'eccellenza nel fare e nel comunicare»; e quelle di Gaetano Marzotto, numero uno di Pitti Immagine: «Nel mondo c'è un miliardo di nuovi clienti del made in Italy: una grande opportunità da cogliere».

Capacità manifatturiera, scelte strategiche e politiche giuste. «Per essere vincenti, serve la leggerezza di chi è solido», ha commentato Matteo Renzi, il sindaco di Firenze (che veste **Scervino**) ieri al via del Pitti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



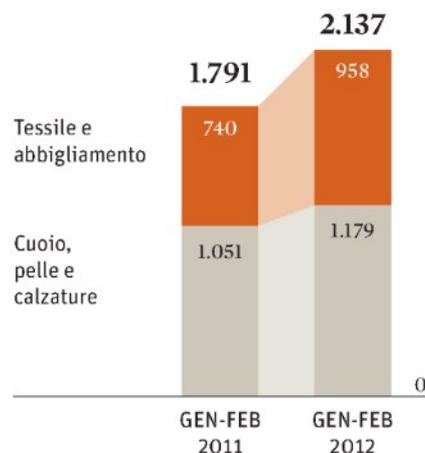
I numeri del primato

I dieci primi posti dell'Italia nell'export mondiale di prodotti dell'abbigliamento-moda (2010); a destra, il saldo commerciale con l'estero



IL TRAINO DELL'EXPORT

Dati in milioni di euro



Fonte: Osservatorio Gea-Fondazione Edison su dati Onu