



Il mercato globalizzato ha posto al Made in Italy una sfida: distinguersi con un prodotto di lusso. Ma ciò porta con sé altri concetti che appartengono e si possono ritrovare solo nel prodotto artigianale.

“L’eccellenza del fare a Firenze - sostiene Silvano Gori, Assessore alle Attività Produttive, Turismo e Sistema Moda di Firenze- significa non solo competenza, abilità, buon gusto, creatività, ma anche legame diretto con il territorio e le sue realtà produttive” Il mercato globalizzato ha posto al Made in Italy una sfida: distinguersi sul mercato internazionale con un prodotto di lusso. Ma ciò porta con sé ad avere attenzione a due concetti: qualità intrinseca del prodotto e sua esclusività (rarietà e personalizzazione), che appartengono e si possono ritrovare solo nel prodotto artigianale. La vera sfida per il made in Italy è quindi nella capacità di riappropriarsi di quelle metodologie artigianali che presenti in tutto il territorio, si possono ancora trovare raggruppati in alcune regioni e distretti specializzati.

L’esempio più evidente è Firenze che propone ancora oggi una fusione unica fra artigianato e tradizione da un lato, con modernità, ricerca e innovazione dall’altro.

La consapevolezza di una eccellenza sul territorio fiorentino ha fatto nascere il progetto dell’amministrazione Comunale di Firenze “Mestieri della Moda” che si propone di far conoscere il settore del made in Florence. Il progetto avviato nel 2005 vede, in questa prima fase, la pubblicazione della Guida La moda a Firenze fra arte e artigianato, curata da Aurora Fiorentini e da Rodolfo Bargelli, e presentata nel convegno i Mestieri della Moda a Firenze martedì 14 novembre.

La guida intende offrire un panorama selezionato dei manufatti fiorentini: più di 100 artigiani del lusso che hanno fatto e continuano ad alimentare la fama e il successo di



Firenze nel mondo. Ed inoltre, promuovere la conoscenza, in un pubblico internazionale, delle specifiche professioni antiche divenute eccellenze moderne. La Guida conduce, tra l'altro, in luoghi unici e straordinari come musei, raccolte pubbliche e private, che celebrano un indiscusso connubio tra "arti maggiori" e "arti applicate", profondamente radicato nella città

"L'eccellenza del fare a Firenze - ha detto Silvano Gori, Assessore alle Attività Produttive, Turismo e Sistema Moda - significa non solo competenza, abilità, buon gusto, creatività, ma anche legame diretto con il territorio e le sue realtà produttive".

"Il brand Firenze -sostiene Salvo Testa dell'Università Bocconi-, esprime ancora oggi, nella sostanza e nella immagine, quella qualità di alto livello con un forte valore intrinseco ed anche una garanzia di "eticità" (la giusta qualità al giusto prezzo, il rispetto dell'ambiente nei materiali e nei processi produttivi realizzati), di "umanesimo" del prodotto (la valorizzazione del lavoro dell'uomo, ancora protagonista del manufatto) e del "genius loci" (il prodotto manufatto come espressione della cultura e tradizione specifica di un luogo)".

Quindi ancora una volta la risposta alle sfide della globalizzazione è indicata nella riscoperta e nella promozione di ciò che incarna la tradizione e la cultura specifica del luogo. Quindi promuovere in tutti i modi possibili quella artigianalità che in Italia e a Firenze in particolare hanno da sempre assicurato l'eccellenza del manufatto in termini di stile, di qualità e di valori estetici, nel solco di una tradizione rinascimentale del bello che sono segni distintivi del prodotto italiano. Tutto ciò deve però coniugarsi con una modernità nelle scelte creative e produttive che sono segno di una innovazione che va di pari passo con i tempi.