

Atmosfera leggera a Pitti, gioiosa, piena di curiosità, dove domina il colore. Forse sono le installazioni, forse gli spaventapasseri che danno una nota di allegria da favola e ci fanno tornare bambini in una età dove non è permesso guardare tristemente indietro.



*Renzi, Marzotto, Fortis, Tronconi, Napoleone, foto Guazzalli*

E tutto sembra di buon auspicio, anche se bisogna aspettare la fine della manifestazione del cantiere vittoria e solo dopo una stima del numero di buyers italiani e stranieri realmente presenti e non solo accreditati e di visitatori. Per ora si può solo confermare che sono presenti 1.065 marchi uomo e 75 collezioni femminili, il 40% delle quali sono straniere e poi delle 14 sezioni del salone, ben 7 sono di giovani.

La fonte dell'ottimismo è però documentata da statistiche e dati, osservazioni interessanti riportati nella cerimonia inaugurale sul comparto moda che alimentano la speranza che lo spazio per crescere c'è, lo spazio di nuovi mercati c'è. Alla cerimonia sono intervenuti il presidente di Pitti Immagine Gaetano Marzotto, Michele Tronconi di Sistema Moda Italia, Alberto Pecci del Centro di Firenze per la Moda), Raffaello Napoleone, amministratore delegato di Pitti Immagine; il sindaco di Firenze Matteo Renzi, e Marco Fortis vicepresidente di Fondazione Edison.

Il Professor Marco Fortis, Vicepresidente della fondazione Edison, ha illustrato il Trade Performance Index elaborato dall'organizzazione mondiale del commercio WTO. L'Italia risulta essere il Paese più competitivo al mondo nei comparti del tessile, dell'abbigliamento e della filiera cuoio-pelletteria-calzature, e ciò nonostante la concorrenza dei Paesi

emergenti. Sinteticamente la stima dei prodotti in cui siamo competitivi sui mercati globali sono 328 grazie ai quali figuriamo ai primi tre posti al mondo tra i Paesi esportatori, per un valore totale di 36,8 miliardi di dollari.

Vale la pena osservare che inoltre l'Italia è un Paese che produce e non solo commercializza.

Seppure l'export del settore tessile ha risentito maggiormente della crisi, il 2011 ha presentato una ripresa: ultimamente cuoi e calzature hanno ripreso a produrre; settore cosmetico si è mostrato molto dinamico, arrivando a superare i 2,5 miliardi di euro, basti pensare che intorno a Milano e Lodi ci sono poli che forniscono prodotti a varie aziende francesi. L'export dell'occhialeria nel veronese valeva nel 2011 2,5 miliardi di euro circa; mentre l'oreficeria-gioielleria italiana, anche se in lieve calo è ancora ai primi posti mondiali, ha concluso il Professor Fortis.

Valgono quindi le parole di Gaetano Marzotto che ha commentato che "il Made in Italy è una grande forza e nel mondo ci sono un miliardo di nuovi clienti interessati ad esso e al segmento del lusso accessibile, un segmento ben rappresentato qui al Pitti". Nulla di più speranzoso che guardare a questi mercati.