



Il Sole 24ore

Dopo quello della Cultura, il “**Sole-24 Ore**” ha proposto il **Manifesto della Moda** alla vigilia delle sfilate di **Milano Moda Donna P/E 2014**, con l’obiettivo dichiarato di rilanciare il capoluogo lombardo come capitale del made in Italy. Sei le mosse individuate: investire sul territorio, garantire maggiori risorse alla creatività, offrire formazione a tutto campo per ogni profilo (dal management allo stile), predisporre incentivi fiscali, aiutare l’internazionalizzazione, puntare sulla solidarietà di sistema delle imprese leader verso i fornitori. Un bell’impegno dunque, a cui speriamo che la nostra classe politica presti (finalmente) attenzione!

Milano, di fatto, resta un concentrato di eccellenze antiche e contemporanee (nell’ambito dell’industria, della scienza, della cultura, della moda e altri settori), ma - come ha commentato il finanziere **Francesco Micheli**, Presidente di MiTo, “la centralità di Milano rischia di diventare un bel ricordo”, anche se “il patrimonio di famiglia, della cui rendita questa città sta vivendo, non si è consumato ancora tutto”. Dovremmo allora invertire la rotta discendente con una rinnovata ansia di riscatto, rigenerando “quello spirito di squadra e di sistema, quell’energia collettiva, quel senso di impresa da farsi insieme, tutto quello insomma che in questa città non attecchisce più da quando i grandi fattori coesivi del dopoguerra (classe dirigente, sindacati, partiti, parrocchie, circoli culturali) si sono spenti come si è spenta l’industria”. Ben vengano anche i grandi eventi come l’Expo o le agognate Olimpiadi per convogliare lo sguardo su Milano e far realizzare le opere pubbliche indispensabili ad una vita civile di qualità. Eppure “beati i Paesi e le città che non hanno bisogno di Olimpiadi” per fare quanto andrebbe fatto comunque, conclude Micheli con un pizzico di amarezza.

Forti della convinzione che critica e autocritica, se esercitate in ottica costruttiva, diano buoni frutti specialmente quando sono sviluppate dagli “addetti ai lavori”, il direttore del “Sole” Roberto Napoletano e la decana della moda Paola Bottelli, caporedattore di “Moda24”, hanno coinvolto vari protagonisti della moda e del lusso, da Armani a Ferragamo, da Dolce&Gabbana a Mario Boselli (Presidente della Camera della Moda), con l’intento di dare, tramite questo Manifesto, un contributo ideale e concreto a migliorare il Sistema Moda italiano e la sua percezione all’interno del Paese e all’estero. L’iniziativa si fonda, infatti, su proposte di rilancio “fattibili” da subito, partendo dall’analisi di alcune innegabili criticità che giocoforza rappresentano stimoli al cambiamento e alla “liberazione” da lacci (spesso inutili), complessi, autolimitazioni.

Va detto forte e chiaro qui che la nostra moda è ancora forte - malgrado la congiuntura moscia - saldamente basata su una filiera straordinaria, unica al mondo per competenza, tradizione artigianale, qualità, flessibilità, tensione costante all’eccellenza, ma soprattutto capace di dar vita a sinergie “magiche” quando i vari livelli della catena produttiva e commerciale collaborano fra loro in modo efficace e lungimirante. Non a caso l’export continua a correre: nei primi 6 mesi del 2013 ha toccato la quota record di 26,2 miliardi di euro (+ 3,2% rispetto al primo semestre del 2012), con scarpe e borse che hanno fatto la parte del leone, mettendo a segno uno storico sorpasso sulle esportazioni di abbigliamento (8,7 miliardi contro 8,2). Da rilevare, inoltre, che le vendite verso i mercati extra-UE hanno superato quelle nei Paesi del Vecchio Continente (14 miliardi circa contro 12,2).

Da dove cominciamo, dunque, a ripartire?

Se per **Guglielmo Miani** (a.d. di Larusmiani) bisogna puntare di più sulla carta della comunicazione e per **Roberto Cavalli** sulla forza attrattiva dei brand, per **Beppe Modenese** Milano dovrebbe rafforzare i rapporti con enti come il FAI (Fondo per l'Ambiente Italiano), organizzando sfilate negli splendidi luoghi restaurati e restituiti alla collettività, ma dovrebbe anche investire di più in hotel a 5 stelle di respiro internazionale e ristoranti d'eccellenza. D'altro canto, **Patrizio Di Marco** (Presidente e Ceo di Gucci) sostiene il concetto di "solidarietà di sistema", ovvero l'estensione a tutta la filiera di un processo di certificazione, affinché il cliente finale possa conoscere tutto ciò che realmente sta dietro la creazione di un prodotto made in Italy di successo. E il Presidente di **Altagamma Andrea Illy** ha rivelato di stare lavorando, in partnership con il Comune, la Camera della Moda e Cosmit, ad un piano di rilancio di Milano che parte dalla definizione di un nuovo marchio per la città "capitale creativa e dell'Expo2015". Il fine ultimo è quello di stimolare gli investimenti tramite la leva fiscale; rafforzare le filiere attraverso l'apprendistato; favorire le esportazioni mediante



Milano-Fashion-Week



una semplificazione burocratica; tutelare la proprietà intellettuale e sostenere il turismo. Insomma, per sintetizzare i desiderata di tutti in poche parole: far pervenire più risorse alla moda legandole a obiettivi precisi!

Non resta che rimboccarsi le maniche...