



Luxury & Fashion: eccellenza italiana

Nella Storia, l'abilità commerciale dei popoli ha determinato la loro ricchezza, di contro, la perdita delle rotte dei traffici il loro declino. È accaduto in passato per l'Europa con la scoperta del continente americano che ha determinato un progressivo declino del mediterraneo e dei traffici lungo le rotte del Mare Nostrum con successivi periodi di carestie, rivoluzioni e guerre tra le monarchie europee mentre cercavano la conquista di nuovi territori.

Banchieri, armatori ed assicuratori ma anche costruttori avevano gradualmente spostato l'obiettivo dei loro affari sull'oceano atlantico e chi rimase fuori da questa nuova avventura ha dovuto constatare la propria perdita di potere politico, di competitività economica e di ricchezza, innescando tensioni sociali interne che portarono in alcuni casi al totalitarismo.

Durante il ventesimo secolo Hong Kong era la prima piazza finanziaria per il sud est asiatico, il suo mercato e la sua dinamicità era stato creato dall'abilità dei rappresentanti dell'impero britannico; in quegli anni ci si chiedeva cosa sarebbe avvenuto nel 1999 con il passaggio alla Cina comunista di quel piccolo mondo capitalistico, se sarebbe stato inglobato e quindi dissolto o se potesse resistere.

A riguardo i cinesi si dimostrarono lungimiranti, si sostituirono ai guardiani di frontiera inglesi, mantennero la separazione tra la città ed il resto del Paese, ed utilizzarono quella demoniaca piattaforma capitalistica per avviare un piano di sviluppo globale mantenendo il potere politico al partito ma consentendo che alcune regole del capitalismo venissero adottate internamente al Paese con la conseguenza che vennero create le figure degli imprenditori, lo sviluppo di un Paese immenso e l'aumento di domanda interna.

Dopo 15 anni dal passaggio di Hong Kong dalla corona inglese alla Cina, decine di milioni di cinesi si sono arricchiti, tanto da avere ciascuno disponibilità liquide superiori ad 1 milione di euro.

La nuova ricchezza figlia dello sviluppo

ha quindi cambiato ancora una volta area geografica, ed ora si è attestata sull'Oceano Pacifico, e non è un caso se la crisi finanziaria ha coinvolto inizialmente gli Stati Uniti e quindi travolto l'Europa sempre più distante geograficamente al luogo dove si produce valore e quindi si investe. Il commercio ha regole semplici basate sui comportamenti sociali e quindi sulla domanda e sull'offerta, che non può prescindere dalla capacità di spendere il denaro del singolo.

In periodi prolungati di crisi economica, diminuendo la disponibilità di denaro, diminuiscono le spese e quindi la famosa domanda interna: il singolo ha meno soldi da spendere, deve intaccare i risparmi e ridurre non solo la quantità ma pure la qualità.

Il sistema che genera povertà in un'area, genera ricchezza in un'altra area: sottolinea il declino di un commercio ed evidenzia una crescita di un altro, con un elemento comune, gli esseri umani amano possedere oggetti di valore, di qualità e di status e la ricchezza, ovunque venga generata consente di soddisfare questo desiderio.

Non è un caso quindi che il comparto delle aziende di lusso, non risenta e non abbia risentito della crisi, e questo vale per



le imprese di tutto il mondo, Italia compresa.

Con riferimento alla fine di settembre aziende come Cucinelli, Luxottica, Poltrona Frau, Ferragamo, Tod's hanno visto generare valore sulle loro azioni quotate in 12 mesi tra il 30% ed il 50%, Safilo è arrivata al 150% e Yoox al 177%.

C'è una parte dell'Italia che funziona, legata alla qualità dei suoi artigiani applicata in scala industriale, supportata da canali commerciali attenti e sensibili allo spostamento della ricchezza, orientati ad intercettare la domanda dove si crea o addirittura a stimolarla laddove il tessuto sociale lo consenta.

È in tale lungimirante direzione che ad esempio è nata Italia Holding Moda società che ha l'obiettivo di portare calzature e pelletteria nelle aree geografiche in evoluzione e con recente arricchimento, stringendo partnership con imprese del settore che vogliono espandersi all'estero.

Nel nostro Paese abbiamo una capacità creativa e artigianale unica, con una potenzialità significativa, basti guardare i numeri espressi nella settimana della moda recentemente tenutasi a Milano ed in particolare, non me ne vogliono le grandi firme già affermate che stanno volando con i guadagni citati, i medi, piccoli che si sono riuniti tutti in uno spazio condiviso sotto l'iniziativa "Salone White Milano": 440 espositori designer di moda, piccoli produttori con idee innovative, stilisti in

cerca di affermazione. Una fucina di idee e di potenziale sviluppo per loro ma anche per il Sistema Italia visto che di questi oltre 300 erano piccole imprese italiane ed hanno attirato complessivamente 17.000 visitatori, di cui 12.000 acquirenti e centinaia di giornalisti di ogni parte del mondo. Sviluppare queste potenzialità, portare gradualmente questi piccoli designer e stilisti a sviluppare le proprie dimensioni ed a consolidarsi, aprendo loro i mercati del lusso che oggi si chiamano Cina, Russia, Nord America, Giappone, sostenendoli sia finanziariamente che commercialmente per lo sbarco nei distretti interessati al prodotto di qualità Italiano è un'iniziativa di sicuro successo.

A sostegno del movimento sarebbe opportuno affrancare tutta la filiera produttiva che garantisce la qualità, ad esempio le aziende che producono i tessuti e le pelli, che le tagliano, che le assemblano: il meccanismo virtuoso deve essere salvaguardato, perché i ricchi ci saranno sempre da qualche parte e un vestito o un paio di scarpe italiane le vorranno sempre se esclusive e di qualità.

I rendimenti del comparto del lusso viaggiano a doppia cifra mentre l'industria di base e la produzione di beni e servizi di basso profilo ricorre sempre più alla cassa integrazione: se la domanda interna non sostiene la produzione è indispensabile riconvertire ed esportare: italiani popolo di navigatori, orientiamo i sestanti. ■

