

**PUOI RISPARMIARE
FINO AL 40%
SULL'RC AUTO
SE ENTRI
NELLA TRIBÙ LINEAR.**

14

domenica 23 settembre 2007

Unità
10

ECONOMIA & LAVORO

LINEAR
Assicurazioni in Linea con te

Chiama l'800 07 07 62
o vai su www.linear.it

Le Scarpe

Sono stati quasi trentamila i visitatori nei primi due giorni del Micam, il salone della calzatura in corso alla Fiera Milano, a Rho, con un aumento del 6,64 per cento rispetto all'edizione di settembre 2006. Ottima l'affluenza di visitatori esteri, oltre sedicimila, il 5,17 per cento in più.



VODAFONE: PROTESTA A ROMA DEI LAVORATORI CALL CENTER

Con un presidio in piazza San Lorenzo in Lucina circa cento dei 230 operatori del call center romano di Vodafone Italia hanno manifestato contro il gestore di telefonia mobile che accusano di aver «venduto 914 dei suoi lavoratori, appartenenti a cinque diversi call center in tutta Italia, ad un'altra società». Vodafone ha risposto affermando che «l'Italia rimane centrale per il Gruppo e non c'è nessun piano di drastica riduzione dei perimetri aziendali».

NORTHERN ROCK: UN PRESTITO PER PAGARE I DIVIDENDI

La Northern Rock è stata obbligata a prendere in prestito circa 4.500 milioni di euro dalla Banca di Inghilterra, circa il 10% dei suoi depositi, in revisione del pagamento dei dividendi a propri azionisti. Questo, secondo il Financial Times, prima della crisi dei mutui. In questo modo il presidente della Northern Rock, Adam Applegarth, riceverà quasi 20 mila euro, il primo direttore finanziario David Baker avrà circa 13 mila euro e il presidente Matt Ridley quasi 10 mila euro.

Per una volta speriamo nel made in China

Tessile e moda (in passerella a Milano) contano sul «consumismo» della Repubblica popolare

di Gianluca Lo Vetro / Milano

SOLDI E SFILATE Il nuovo consumismo cinese aiuterà il made in Italy? Con questo auspicio e non poche apprensioni si è aperta Milano Moda Donna nei padiglioni della Fiera di Milano. Sino a sabato 96 sfilate e 90 presentazioni statiche lanceranno lo stile

primavera-estate 2008, richiamando oltre 15mila operatori. La nota congiunturale del settore è complessa ma in buona parte positiva. Nel 2006 il fatturato è salito del 6%, toccando i 67.580 milioni di euro contro i 63.754 del 2005. Anche l'export è cresciuto del 4,6% (da 38.856 a 40.655 milioni di euro). Molto più alto, tuttavia, il tasso di incremento delle importazioni, + 12,8%, per un totale di 24.649 milioni. Così, il saldo scende da 17.008 a 16.006 milioni di euro. E se le imprese attive si riducono da 99.900 a 97.400, l'occupazione si ridimensiona di conseguenza: da 841.000 addetti a 796.000. Per il 2007 le previsioni sono più ottimistiche: ulteriore aumento del 2,9% del fatturato, incremento dell'export pari al 4% e crescita più contenuta dell'import (5%). «Ma l'elemento determinante per il futuro - osserva Mario Boselli, presidente della Camera della Moda Italiana - sarà la fine delle quote temporanee che bloccano le importazioni dalla Cina. Decadranno nel 2008. E se si ripetesse quello che è accaduto nel 2005, potrebbe essere un disastro». Boselli usa il condizionale perché, sottolinea almeno un paio di elementi che potrebbero arginare l'emorragia di importazioni. «Primo - enumera il Presidente -

anche in Cina, specialmente nella zona costiera di Shanghai, il costo del lavoro inizia ad aumentare, perdendo quote di competitività. Secondo, ma più importante, dilaga un nuovo consumismo cinese di made in China a basso costo. Grazie a questo fenomeno non ancora censito, la popolazione che fagocita le merci da lei stessa prodotte, rischia di autodivorare anche il suo potenziale di concorrenzialità». Pure il fronte occidentale dà parecchi grattacapi al settore. «Il dollaro a 1,41 è un problema per le esportazioni del prodotto finito, che risulta più caro negli USA e in tutte le aree che utilizzano la moneta statunitense. Mentre, nel tessile apre le porte alle materie orientali a basso costo. Fortunatamente - prosegue Boselli - le aziende italiane si sono date un gran da fare per spingere verso l'alto la produzione, sfidando la concorrenza con la specializzazione e l'eccellenza». Proprio questa evoluzione obbligata spinge tuttavia il made in Italy a picchi sempre più lontani dalla strada: sospesi in un'assoluta teoria della pedana che nei negozi fa più vetrina che cassetto. Non a caso, tuffandosi nel segmento delle taglie conformate che rappresenta il 30% della domanda di abbigliamento e che il settore ha sempre snobbato, la griffe Elena Mirò in passerella da pochi anni, cresce al ritmo del 10% annuo e ha raggiunto i 160 milioni di euro. E che dire della Dressing? Il gruppo di Silea che oltre all'etichetta di Roberta Scarpa confeziona le linee più giovani e vendibili

degli stilisti, come Class Cavalli e Scervino Street, registra aumenti annui del 40% e sta per tagliare il traguardo dei 100 milioni di euro. «Bontà - spiega il titolare Rinaldo Lorenzon - di una qualità artigianale coniugata a una dimensione industriale, anche nei prezzi». Insomma, immagina si ma fino al punto in cui il mercato è capace di riceverla. Del resto, i compratori effettuano circa il 70% degli acquisti nelle precollezioni presentate a porte chiuse due mesi prima delle sfilate. Pertanto, i buyer arrivano ai defilé ad ordini pressoché completi. «A cosa servono allora le passerelle? - si chiede retoricamente lo stilista Francesco Martini Covei - Per individuare le nuove linee guida del settore bisogna coglierne i cambiamenti». L'odierna funzione delle sfilate, ormai, è prevalentemente mediatica. Il che lascia spazio, anzi incen-

Parla Mario Boselli:
«La domanda interna deprime le loro esportazioni e favorisce le nostre»

tiva tutto ciò che fa parlare/immaginare: dal surrealismo di Valeria Marini che nella linea Seduzioni Diamonds rivisita la Belle de Jour di Bunuel al ritorno di Naomi nel defilé di Miss Bikini Luxe. Per non parlare dei colpi di scena che ci attendono. Un plastico della villetta di Cogne per passerella? Le gemelle K di Garlasco come modelle, visto che Corona ha già sfilato per Pignatelli? La parola d'ordine è alimentare quel "magico" tourbillon di chic/choc che infiamma la visibilità dei marchi da mettere a frutto nel mass market, griffando profumi e mutande. Finché i media che fanno da grancassa alla kermesse stanno al gioco.



Naomi Campbell torna in passerella a Milano Foto di Matteo Bazzi/Ansa

ABBIGLIAMENTO

E Napoli lancia il suo Polo della Qualità

Sembra quasi uno scherzo di Pulcinella. Mentre iniziavano le sfilate di Milano Moda Donna nel capoluogo lombardo che attende da anni la Città della Moda, ieri il Polo della Qualità di Marciacise (Caserta) ha trionfalmente annunciato l'inaugurazione di una Città della Moda con la benedizione del Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano. Anche di questa struttura, per ora, c'è ben poco. Tuttavia, la cittadella sorgerà nei pressi del Polo della Qualità che riunisce già le firme storiche della sartoria napoletana come Marinella e Kíton, più alcuni produttori di gioielleria del calibro di Chantecler. «Un sistema - ha sottolineato Antonio Bassolino all'inaugurazione - che vale oltre i 2 miliardi di euro. Più o meno il 2% del settore». Il consorzio ha creato una struttura di 131mila mq di cui 1200 dedicati a sfilate, eventi e meeting, con un investimento imprenditoriale esclusivamente privato di 150 milioni di euro. Il complesso unisce la produzione, la distribuzione e la vendita all'ingrosso e al dettaglio, nel segno delle massime sinergie. La scelta di costruirlo a Marciacise, tra Napoli e Caserta, è stata dettata da valutazioni strategiche e infrastrutturali. L'area, infatti, è un punto di congiunzione tra il Nord Europa e i mercati del Mediterraneo e mediorientali, grazie a una ramificata comunicazione stradale, ferroviaria, aeroportuale e marittima. Non è tutto. A novembre il Polo della Qualità lancerà il corso in "Fashion & Design", in collaborazione con l'Accademia di Belle Arti di Napoli: un diploma accademico per preparare i giovani a gestire ogni fase del processo creativo, dalla progettazione alla valorizzazione del brand. Il corso si affianca alle attività di formazione e consulenza aziendale per le imprese del consorzio, già realizzate con l'Università Bocconi di Milano.

g.lo.ve.

FILATURA IN CRISI

Non arriva l'acquirente tedesco Centoventi a Rieti in mobilità

Formalizzata a 120 dipendenti della società tessile Bembergcell di Rieti l'apertura della procedura di mobilità. È quanto emerso durante la commissione comunale convocata presso il Comune di Rieti dal sindaco Giuseppe Emili, a cui hanno partecipato anche i rappresentanti sindacali. Durante la commissione è anche stata comunicata la convocazione per il 27 settembre, da parte del prefetto di Rieti,

di un incontro dedicato all'emergenza occupazionale della Bembergcell alla presenza anche del referente della Enka, la società tedesca produttrice di viscosa che avrebbe manifestato un interesse industriale nei confronti della società tessile. I sindacati di categoria hanno, in particolare, chiesto alle istituzioni di sostenere questo interesse imprenditoriale, che si sarebbe però nelle ultime ore raffreddato.

Vaciago: «Con l'euro forte finanziamo la guerra in Iraq. Ma niente panico»

Gli imprenditori lanciano l'allarme e chiedono alla Bce di intervenire. A rischio le esportazioni. Ma per l'economista «la situazione non è drammatica» e la politica monetaria europea non è risolutiva

di Laura Matteucci

SQUILIBRIO «È il dollaro ad essere debole, non l'euro ad essere forte». L'economista Giacomo Vaciago, docente all'Università Cattolica di Milano, prova a ribaltare il problema. Non è una questione linguistica. «È il modo con cui finanziamo la guerra in Iraq». Spiegazione: «Il dollaro è debole come riflesso di uno squilibrio della bilancia dei pagamenti americana - dice Vaciago - Pesano due decisioni di Bush: la guerra, e la diminuzione delle tasse, che hanno portato ad un aumento del deficit pubblico Usa. Quello che noi stiamo rifinanziando». La Cina no, ha una politica monetaria agganciata al dollaro,

non finanzia alcuna guerra e corre sempre più veloce. Ma gli europei, invece, pagano tutti. Del resto, una politica monetaria «ribassista» della Bce (come quella cui sta spingendo la Francia, e adesso anche il presidente dell'italiana Confindustria, Luca Cordero di Montezemolo), «sposterebbe un po' il problema, ma certo non lo risolverebbe», dice ancora Vaciago. Anche se è assai probabile che i tassi europei non subiranno altri rialzi. «Ma l'alternativa vera è la pace in Iraq». Di fatto, gli imprenditori italiani hanno lanciato l'allarme. L'euro è troppo forte, 1,41 sul dollaro è la soglia limite (nell'ultimo anno, il dollaro si è deprezzato di oltre l'11%), le esportazioni sono a rischio, soprattutto per tessile e meccanica. I margini si fanno più ristretti, lamentano molti imprenditori, se vogliamo mantenere le quote di mercato. Deve inter-

venire il governo per promuovere il made in Italy, deve intervenire la Bce per abbassare i tassi. Il quadro, a ben guardare, risulta essere più variegato e contraddittorio di quanto appaia. Se a giugno (dati Istat) le esportazioni avevano accelerato del 14,9% rispetto all'anno prima, facendo anche schizzare i fatturati, nei primi sei mesi del 2007 le vendite di prodotti made in Italy sul mercato americano sono aumentate del 3,43%, a 16,6 miliardi di dollari, ma nello stesso tempo le importazioni di made in Usa sono aumentate quasi del 9%. Come spiega Vaciago: «La situazione non è drammatica, ma capisco il lamento degli industriali: si stavano godendo i profitti della faticosa ristrutturazione operata negli anni scorsi, e adesso temono il rischio che i profitti gli vengano scippati». Per il momento, con supereuro



Giacomo Vaciago

«Il dollaro è debole come riflesso di uno squilibrio nella bilancia dei pagamenti Usa L'alternativa? La pace»



Luca Cordero di Montezemolo

«Siamo preoccupati, questo livello di cambio crea molti problemi. La Banca centrale e il governo devono fare qualcosa»

pare tocchi imparare a convivere. Di positivo c'è che pagheremo meno le importazioni, come il petrolio ad esempio (il cui prezzo rimane, comunque, molto alto). Lo ricorda anche il numero uno del gruppo Indesit, Vittorio Merloni: «Occorre guardare anche ai paesi da cui importiamo materie prime, componenti e semilavorati. È evidente che se l'acquisto di questi ultimi avviene in dollari, con l'euro forte c'è un vantaggio». Altra possibile ricaduta positiva, secondo Merloni, la spinta all'innovazione. Che, però, non è alla portata di tutte le aziende (tanto più perché i tempi sono ristretti), ma solo di quelle «che godono buona salute». Insomma: prodotti Usa a prezzi stracciati da una parte, palla al piede per il made in Italy dall'altra. È chiaro che l'acquisto di materie prime quotate in dollari (dal gas al petrolio) risulta avvantag-

giato, ma le esportazioni (soprattutto dei prodotti più tipici del made in Italy, dall'alimentare al tessile, dall'arredamento alla meccanica) vengono invece penalizzate, nonostante proprio negli ultimi mesi abbiano ritrovato slancio. A rischio è anche il turismo. Di certo, non giova nemmeno la frenata della crescita: secondo il Centro Studi di viale dell'Astronomia, il Pil nel 2007 salirà dell'1,7% contro l'1,8% precedentemente previsto, e nel 2008 la crescita sarà dell'1,3% mentre prima indicava l'1,5%. Molto dipenderà anche da quello che accadrà oltreoceano. Il numero uno della Federal Reserve, Ben Bernanke, ha già messo in guardia: l'allarme sui mutui subprime (quelli ad alto rischio) non è cessato, anzi, il rischio di insolvenze «è destinato a crescere» nei prossimi trimestri.