

ELLE | Elle Italy

"La Filiera è una fabbrica diffusa dell'eccellenza italiana che alza la Coppa del Mondo 7 su 7 h24"

f

Di Federica Fiori, Caposervizio Moda

mer 22 settembre 2021, 1:00 PM - 4 minuto per la lettura

t

M

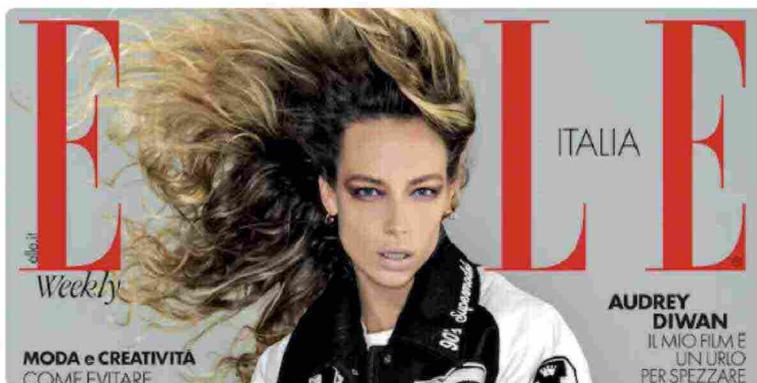


Photo credit: Elle

«Mamma, come faccio a sapere se un abito è di qualità?» «Per prima cosa controlla se c'è l'etichetta Made in Italy», ho risposto senza pensarci a mia figlia. Vive all'estero e, malgrado il mio lavoro, sta scoprendo solo ora il piacere della moda. «Tutto qui?» ha sbuffato. Così ho passato in rassegna la precisione delle cuciture e delle asole, la calibratura perfetta degli orli, la qualità delle stoffe, delle stampe e dei bottoni. La perfezione delle rifiniture e la maestria di ogni lavorazione, anche la più complessa. Poi ho preso una borsa griffata e gliel'ho fatta aprire: dentro, ancora una volta, c'era il punzone Made in Italy. Lo stesso che si ritrova sotto le suole delle scarpe più iconiche e desiderate al mondo, e lo stesso che fa dell'occhialeria, o della gioielleria nostrana, una fucina delle meraviglie a cui si rivolgono praticamente tutti i marchi del lusso, italiani e non. È la Filiera, bellezza. E uso la maiuscola perché propongo, qui e ora, di attribuirle un nome proprio, come si fa con le persone e la Nazionale di calcio.

La Filiera è una fabbrica diffusa dell'eccellenza italiana. Una Nazionale che alza virtualmente la Coppa del Mondo 365 giorni all'anno, da moltissimi anni. Che vince e sbaraglia gli avversari giocando in inferiorità numerica - i nostri costi sono i più alti sul mercato - e va comunque al gol per classe, stoffa e capacità ineguagliabili. Rappresenta per il sistema Italia quello che l'industria automobilistica rappresenta per la Germania, ma sfido a trovare un italiano altrettanto orgoglioso di questa rete, composta di fili sottilissimi che uniscono aziende spesso piccole o molto piccole, e ad avere coscienza di quanto essa sia fragile, preziosa e meritevole della massima cura. Non amo le apologie, ma secondo Confindustria il comparto tessile, moda e accessorio italiano è composto da 64.356 aziende, dà lavoro a circa 600.000 persone (è il secondo settore industriale italiano per addetti) e nel suo ambito, a livello europeo, primeggia per valore aggiunto oltre che per numero di occupati. Il tutto, al netto dell'indotto generato. In tempi duri come questi, va doppiamente salvaguardato perché è una realtà unica.

Perché dico “unica”? Perché la nostra Filiera è la sola, a questo livello, a potersi definire “integrata” a monte e a valle. L'unica, cioè, in grado di garantire tutte le fasi della creazione del prodotto, dalla lavorazione delle materie prime alla confezione finale di abiti e accessori magnifici, gli stessi che poi sfilano a New York, Londra, Milano e Parigi, e che finiscono nei servizi di moda sulle riviste patinate di tutto il mondo (a proposito, godetevi il nostro Speciale prêt-à-porter, da pag. 133).

Purtroppo, non è tutto oro quel che luce. La pandemia ha messo a dura prova il sistema, molte realtà sono scomparse e non riapriranno mai più. Si è perso lavoro, si sono persi saperi. La Filiera è ferita e in affanno, ma non sconfitta. In questi casi, ce lo insegna la storia, l'unione fa la forza. Ho raccolto molti pareri autorevoli, durante il lockdown, e il pensiero più condiviso è che, da soli, rischiamo di perderci. Di sfrangiarci. Di vederci scalzare da Paesi in cui la concorrenza gioca al limite delle regole. **Cirillo Marcolin**, da un anno presidente di **Confindustria Moda**, ha detto che «il mercato globale non permette più la filosofia del “piccolo è bello”». Dobbiamo fare sistema, e dobbiamo «riportare in patria produzioni che negli anni si sono spostate all'estero per rafforzare il Made in Italy, creare lavoro e portare ricchezza al Paese». Vanno promulgate leggi ad hoc che rendano evidente – e tutelata – la sostenibilità umana, ambientale ed economica della Filiera, come stanno facendo da tempo i legislatori d'Oltralpe (che già in passato, con regole ferree, hanno salvaguardato la Haute Couture). Lo chiede la Generazione Z, lo esigono i mercati. Bisognerà attuare molte riforme per renderlo possibile, ma per fortuna sia la moda italiana, sia il governo Draghi, sono avvezzi alle grandi imprese.

Per parte nostra, compriamo Made in Italy ed eccellenza europea: meglio un solo pezzo, ma destinato a durare per sempre, che un mordi e fuggi spensierato a danno del pianeta.

P.S. Ma perché, a dispetto di una Filiera fortissima, in Italia è così difficile lanciare nuovi marchi? La risposta a pagina 91 del numero di Elle Italia in edicola dal 23 settembre.

Scrivete pareri, commenti, consigli a direttoreelle@hearst.it