

La Basilicata veste lo sviluppo

Nelle attività del settore operano 1386 aziende e 2361 addetti: una grossa risorsa

I numeri sulla moda tra produzione, commercio, design, addetti evidenziano l'importanza del settore in Basilicata. Secondo i dati della Camera di commercio di Milano, in una elaborazione su dati registro imprese, in Basilicata le imprese di settore sono 1.386 (925 in provincia di Potenza e 461 in quella di Matera) con 2.361 addetti (1.559 in provincia di Potenza e 802 in quella di Matera). Al primo posto gli esercizi specializzati in abbigliamento (848 con 1.380 addetti, di cui 552 nel Potentino e 912 dipendenti; 296 e 468 dipendenti nel Materano) seguiti da esercizi di abbigliamento (non specializzati) che sono 208 e quelli specializzati in produzioni in pelle (161). La moda in Italia conta 219 mila imprese e 833 mila addetti per un giro d'affari di oltre cento miliardi all'anno. Nel design eccelle Milano con oltre 2 mila imprese seguita da Torino con 1.200 attività mentre nel commercio, tra ingrosso e dettaglio, nelle prime posizioni ci sono Napoli con circa 15 mila imprese e Roma con 11 mila. Milano, oltre ad essere prima per design, è al terzo posto in Italia per il commercio con 7 mila imprese e al quarto per il manifatturiero moda, con 4 mila imprese, dopo Prato e Firenze con 6 mila e Napoli con 5 mila.

Confcommercio Imprese Italia Potenza, nel commentare i dati, evidenzia che il fenomeno della chiusura di negozi di abbigliamento ed articoli similari (calzature, pelletteria, accessori, tessile per la casa ed articoli spor-

tivi) è sempre preoccupante nel capoluogo di regione e nei centri medio-grandi della provincia con l'alternarsi di aperture che comunque risentono della crisi dei consumi ancora del tutto evidente. La moda Made in Italy -sottolinea Antonio Sorrentino, componente della Giunta provinciale Confcommercio - è il risultato che oggi abbiamo raggiunto grazie al saper fare tutto italiano della produzione, ma anche al saper raccontare e presentare al meglio della nostra distribuzione. C'è un gran bisogno di ripensare i rapporti lungo tutta la filiera della moda all'insegna di equilibri reciproci e con lo sguardo alla produzione di valore. In questo senso il fashion retail si posiziona, nel pieno rispetto del principio di prossimità, in un segmento strategico, cioè quello della promozione della cultura della qualità. Ognuno, all'interno della filiera, ha competenze che vanno trasmesse e valorizzate a valle per enfatizzare la qualità ed il valore dei nostri prodotti e dei nostri processi. I nostri negozi multibrand sono gli ambasciatori della qualità e del Made in Italy in Italia e nel mondo. Inoltre - dice Sorrentino - anche se da noi non si toccano le cifre altissime di fitto di negozi-immobili di Milano e Roma, prestigiose capitali e fulcri delle più autorevoli e internazionali griffes di moda, con canoni che attestano un trend del +17%, rispetto all'anno precedente, i canoni degli esercizi di abbigliamento restano alti come testimoniamo i tantissimi lo-

cali vuoti non solo nel centro storico di Potenza ma anche in quartieri residenziali (su tutti Poggio Tre Galli). Nella nota si sottolinea inoltre l'iniziativa di Confcommercio Imprese per l'Italia finalizzata alla sensibilizzazione e l'informazione su tutti i fenomeni illegali che alterano il mercato e falsano la concorrenza a scapito delle imprese "sane", ma con un particolare accento su contraffazione e abusivismo. Siamo inoltre impegnati ad aprire un dialogo volto alla preservazione e allo sviluppo della filiera della moda in tutti i suoi passaggi creativi, produttivi e distributivi: dallo stilismo ai diversi aspetti della produzione, la rappresentazione e la distribuzione del prodotto finale, la vendita retail, con l'obiettivo di riavvicinare i giovani agli innumerevoli mestieri che compongono il comparto della moda italiana, anche attraverso le innovazioni e le nuove tecnologie.

Quanto alla stagione dei saldi estivi, definitivamente archiviata, Sorrentino afferma:

"Il clima meteorologico ci ha fatto saltare la stagione con una calo medio delle vendite nei negozi di moda italiani del 7% in aprile e dell'8% in maggio, con punte del 20 o 30% in meno rispetto all'anno precedente. Una circostanza che si ripete sempre più spesso in questi ultimi anni provocando ingenti danni economici e marginalità sempre più risicate... Addio mezze stagioni. Lo Stato ci aiuti. Noi, come l'agricoltura..."



