



## MODA – Il Presidente Merletti su ‘Fashion Magazine’: Confartigianato porta nel mondo l’eccellenza artigiana



Gli imprenditori artigiani sono campioni dell’eccellenza manifatturiera nel settore della moda. E Confartigianato è impegnata ad accompagnarli sui mercati internazionali. Il Presidente Giorgio Merletti ne parla in un’intervista pubblicata sull’ultimo numero di ‘Fashion Magazine’, testata internazionale specializzata proprio in tutto ciò che riguarda il settore della moda.

Di seguito il testo del servizio – tradotto in italiano – dedicato a Confartigianato e alle attività di promozione rivolte agli artigiani e alle piccole imprese del fashion made in Italy.

Di stagione in stagione White Milano rinsalda la partnership con Confartigianato per valorizzare le micro e piccole imprese (Mpi) della moda italiana sotto l’ombrello dell’associazione. Un patrimonio di saper fare che, in base ai dati del 2018, è costituito da oltre 55mila aziende fra tessile, abbigliamento e pelle (Tac). Si supera quota 79mila se si includono le Mpi di gioielleria e occhialeria, che raggiungono i 43,5 miliardi di euro di ricavi globali e occupano circa 372mila addetti. Nonostante le dimensioni, le micro e piccole del Tac hanno totalizzato 10,3 miliardi di euro di export: oltre il doppio delle omologhe di Germania, Francia, Spagna e UK. Ma si può fare di più e in tal senso si sta muovendo Confartigianato. «Siamo in prima linea – spiega il presidente di Confartigianato Imprese, Giorgio Merletti – per un’intensa attività di accompagnamento sui mercati esteri, in sinergia con le associazioni territoriali e il supporto di Confexport, società di sistema di Confartigianato specializzata nell’offerta di servizi di promozione alle imprese». Tante sono le iniziative messe in campo nel 2018, anche in collaborazione con Ice Agenzia, che hanno coinvolto centinaia di associate: dalla partecipazione a fiere italiane (come White Milano, Micam, Origin Passion&Beliefs e Homi) ed estere, fino agli incoming di buyer stranieri in Italia, gli incontri B2B e le attività di formazione e tutoraggio. Anche il calendario dei prossimi mesi è fitto di impegni: si va dalla promozione in Russia, Ue e Usa alla formazione nel Sud Italia, con focus su marketing digitale, story telling e tecniche per l’export. «Abbiamo aderito a un progetto di collaborazione tra Ice e Amazon – aggiunge il presidente – per promuovere e vendere online nella vetrina Made in Italy di alcune versioni estere della piattaforma di e-commerce». L’associazione punta sulla sostenibilità come fattore distintivo per affermare la qualità dei prodotti e la componente artigianale, mix di tradizione, design, ricerca e innovazione. «I nostri imprenditori – osserva Merletti – sono campioni di creatività e di competenze antiche, protagonisti dell’estro su misura, interpreti dell’unicità, della personalizzazione, della cura maniacale dei dettagli. Anche il fashion, tuttavia, deve fare i conti con un contesto che troppo spesso mortifica il loro talento e coraggio. Poco credito, fisco esoso, burocrazia opprimente, scarsi investimenti pubblici, ritardi infrastrutturali, alti costi dell’energia sono “sabbia negli ingranaggi”, che rallenta la corsa delle nostre imprese. Inoltre abbiamo difficoltà a reperire sul mercato del lavoro il 43% degli addetti necessari alle nostre aziende». Quanto al problema dei consumi interni insoddisfacenti Merletti risponde: «Puntiamo a educare i consumatori a riconoscere la qualità del prodotto italiano, ad

esempio battendoci per ottenere normative che tutelino la qualità 100% made in Italy. In più siamo impegnati in campagne anticontraffazione per informare sui rischi derivanti dall'acquisto di merce irregolare».