

L'intervista Il responsabile del Commercio estero per il ministero dello Sviluppo economico ha inaugurato Milano Unica, il salone del tessile

«Il rinascimento di Milano rilancerà la moda»

Il sottosegretario Scalfarotto: manteniamo gli investimenti. Trump? Una guerra commerciale non fa bene a nessuno

Su Altaroma noi ci siamo. Il Comune dica cosa vuol fare

C'era molta attesa, in sala, per l'intervento di Ivan Scalfarotto, sottosegretario allo Sviluppo economico, presente all'inaugurazione di Milano Unica n.24, il salone del tessile di alta qualità. In un momento di sostanziale tenuta dell'occupazione e del numero delle aziende attive dopo le forti perdite degli anni precedenti, è necessario dare nuovo impulso al piano straordinario per il made in Italy che Scalfarotto ha riassunto con questa battuta: «Facciamo il tifo per voi perché facciamo il tifo per il Paese». Ha anche annunciato che l'Ice ha quadruplicato gli investimenti per la Cina da 5 a 20 milioni di euro. Di questo e molto altro, discuterà giovedì 9 a Roma il Comitato per la Moda e l'Accessorio. Ecco che cosa anticipa il sottosegretario in questa intervista.

Con l'arrivo di Trump alla presidenza degli Usa, si sta scatenando una specie di tempesta perfetta. Questo incide sul made in Italy e la nuova organizzazione del sistema alla quale si sta lavorando?

«Insieme ai nostri partner europei osserviamo l'evolversi della situazione. Un eventuale aumento dei dazi da parte degli Stati Uniti in violazione delle norme del Wto costituirebbe un evento davvero molto grave. Io credo che iniziare una guerra commerciale non sarebbe una buona idea per nessuno. Non per noi, che siamo un Paese che vive di export, ma nemmeno per gli

Stati Uniti».

È l'esportazione il nostro punto di forza. Come sostenerlo in questo periodo?

«Noi facciamo tutto quello che è necessario: manteniamo gli investimenti per la promozione del made in Italy, rafforziamo le capacità commerciali della nostra rete Ice e siamo molto attivi sul piano di quella che oggi si chiama "diplomazia economica", presidiando nel modo più tempestivo e continuativo possibile tutti i canali di mercato che via via si aprono».

L'Italia è l'unico dei Paesi industrializzati ad avere conservato la filiera a partire dal tessile che tutti davano per finito dopo l'ingresso della Cina nel Wto. Qual è la strategia competitiva per mantenere le nostre esportazioni?

«Sicuramente puntare sul sistema Paese. Proprio il fatto di avere l'intera filiera fa di noi un unicum che ha la capacità di tenere testa a qualsiasi concorrente, dimostrando come il genio individuale che emerge non sia frutto del caso ma di una tradizione irripetibile mescolata a una straordinaria disciplina imprenditoriale».

Si è sempre raccontato di una storica concorrenza per quanto riguarda Pitti e la moda Uomo a Milano. Ammesso che sia vero, come può essere risolta?

«Smettendo di focalizzarci sulla competizione domestica e rendendoci conto che l'unica competizione a contare è quella internazionale. Milano, Firenze e Roma possono e devono giocare sinergicamente, concentrandosi sulle cose che sanno fare meglio in un'ottica di colla-

borazione e di sviluppo reciproco. Ne ho parlato anche con Virginia Raggi: il governo è disponibile a investire su Altaroma come laboratorio per lo sviluppo di una "talent pipeline" e ha i fondi per farlo. È importante capire, però, se il Comune di Roma sia disponibile a investire sulla moda con la stessa visione strategica che vediamo da parte del sindaco Sala a Milano e del sindaco Nardella a Firenze».

Si parla molto di settembre 2017, che cosa sta succedendo adesso e che cosa accadrà in quella data?

«L'Italia ha tutte le carte in regola per dettare l'agenda della moda internazionale, smettere di rincorrere altri ed esercitare finalmente la leadership che le spetta. Quello che vogliamo fare a Milano, approfittando anche del vero e proprio "rinascimento" che la città sta vivendo, è mettere tutta la filiera italiana in scena negli stessi giorni. Vogliamo che chi arriva a Milano durante la fashion week possa trovare rappresentate contemporaneamente, all'interno della città, tutte le fiere e tutti i settori dell'eleganza. Anche quelli che non esporrebbero in quelle date e quelli che svolgono tradizionalmente a Milano. Solo noi in tutto il mondo abbiamo la possibilità di creare un evento di questo genere».

La moda è un'attività complessa e importante. Considerato che rappresenta la tradizione dell'Italia e che ne ha definito l'immagine, si capisce quanto questo settore, prima ritenuto superfluo, incida sull'ossatura del Paese. È una rivoluzione del mo-

do di pensare. Come è nata?

«Io credo che nel nostro Paese culturalmente soprattutto la sinistra, la mia parte politica, non abbia sempre compreso l'importanza di un settore produttivo che, numeri alla mano, costituisce la seconda voce delle nostre esportazioni. Questo non è un mondo di frivolezze: al contrario. Qui ci sono 400 mila persone che lavorano, 47 mila imprese, un mondo che oltre a produrre eccellenza e innovazione è in grado di evocare come nessun altro la nostra storia, la nostra cultura, la nostra identità».

In questo momento, pressato dall'ipotesi di elezioni anticipate, come può proseguire il suo lavoro?

«Vivo di politica soltanto dal 2013, provengo da una lunghissima esperienza nel settore finanziario. Ho lavorato per molti anni per una grande banca americana a Milano e poi all'estero, vivendo per sette anni fuori dai confini nazionali, prima a Londra, poi a Mosca. Considero l'opportunità che ho oggi di servire il mio Paese un onore e un privilegio, ma in questo ruolo di governo l'esperienza nel settore privato aiuta moltissimo a non farsi distrarre dal chiacchiere quotidiano della politica».

Quanto è leggera la moda?

«La moda può essere leggerissima e pesantissima. Sta a tutti noi — politica, imprese, associazioni, fiere: a tutto il sistema Italia — di giocare con intelligenza e sagacia questa preziosa ambivalenza».

GIUSI FERRÉ

© RIPRODUZIONE RISERVATA

