Economia

ECONOMIACOMO@LAPROVINCIA.IT
Tel. 031 582311 Fax 031 582421
Enrico Marletta e.marletta@laprovincia.it, Marilena Lualdi m.lualdi@laprovincia.it

Bandi per il digitale Prorogate le scadenze

Sono stati prorogati al 30 settembre i termini di rendicontazione per il "Bando voucher digitali" e per il "Bando Pid4Export", con spese ammissibili sostenute fino al 31 agosto.

«Moda, negozi fermi: saltare una stagione» Como boccia l'idea

Retail. La proposta di Tombolini (Camera dei buyer) Molteni (Tessabit): «Poco attuabile, troppo alti i costi» Tagliabue (Coiter): «Il problema vero sarà la giacenza»

SERENA BRIVIO

Saltare una stagione: questa la proposta lanciata da **Francesco Tombolini**, presidente della Camera dei Buyer per fronteggiare la prolungata chiusura dei negozi.

L'idea scritta in un lungo documento inviato agli associati nasce da un'analisi sulle possibili perdite del settore che nell'esercizio 2020 potrebbe subire un calo delle vendite stimato tra il 15% e il 25%. Ovviamente il contraccolpo più pesante riguarderà lo shopping nei negozi fisici sia delle collezioni primavera estate - Tombolini ipotizza anche- 65% - ma, in proiezione, anche dell' autunno-inverno (-40%).

Prospettive ancora più difficili per chi non ha la possibilità di vendere online. L'intero retail dovrà comunque fare i conti con notevoli rimanenze e, chi più chi meno, avrà difficoltà a ritirare i capi della primavera-estate 2021. Da qui la richiesta al mondo del di uno stop di sei mesi.

«Il presidente Tombolini da sempre ci provoca con idee alternative ed in controtendenza - dice **Andrea Molteni**, Ceo di Tessabit, storica realtà di boutique comasche - credo però che la sua proposta sia poco attuabile in quanto non penso che realtà come la nostra (e come molte altre nella filiera) possano resistere ad un blocco totale dell'attività per un tempo così prolungato, sapendo che devono comunque sostenere costi importanti di struttura e di personale. In un momento d'incertezza come quello che stiamo vivendo, in cui ogni giorno ci troviamo a dover fronteggiare situazioni nuove e fuori dal nostro controllo, è molto difficile pensare ad una strategia di medio periodo: dobbiamo navigare a vista! Credo fortemente che un antidoto all'emergenza debba essere una forte sinergia tra i vari player del settore, chi ha più forza aiuti i più deboli. Nel concreto, insieme ai grandi marchi del lusso, è necessario trovare delle soluzioni condivise per risolvere il problema delle mancate vendite di questa stagione (e probabilmente anche della prossima) che sicuramente creeranno molte rimanenze e metteranno a dura prova le realtà più fragili. A mio parere, presi del panico e da costi importanti da dover comunque sostenere, alcuni players potrebbero attuare politiche di forti sconti per liberare i magazzini e creare quindi un effetto disastroso sul mercato».

Molteni, tra i più riconosciuti developer di market place, non vede nell' e-commerce un paracadute. «Il trend è in crescita del 25% ma non è legato a questa situazione così drammatica che, anzi, credo inciderà negativamente sulle vendite "virtuali". Non c'è il sentiment per fare acquisti di beni superflui, e anche chi avrebbe voglia di comprarsi qualcosa di nuovo è frenato da un forte blocco psicologico e dal fatto che non saprebbe quando mai potrebbe sfoggiarlo».

«L'iniziativa di Tombolini è da considerare come altre sul tavolo - dice **Marco Cassina** di Peter Ci- La pancia dei negozianti vorrebbe anticipare i saldi per far cassa, mentre Federmoda propone al contrario di non farli per realizzare più margini sulla merce, così da compensare l'invenduto. In un caso o nell'altro l'e-commerce deve uniformarsi». Aggiunge **Enrico Tagliabue** del Gruppo Coiter di Anzano del Parco.

«Quella proposta da Tombolini non è una strada praticabile. Il comparto moda non può fermarsi malgrado i timori per il futuro. Avevamo già in casa tutta la merce della primavera estate quando è arrivata l'ordinanza di abbassare le serrande. Quello delle giacenze a magazzino sarà il problema dei problemi se l'emergenza è destinata a prolungarsi. A questo punto contiamo sugli interventi del Governo per ripartire».

Molte preoccupazioni si affollano sul settore del retail se l'emergenza continuerà

Nuovi trend

Fashion week Sfilate digitali tra le ipotesi

Una Fashion Week digitale al posto delle passerelle tradizionali. È una delle ipotesi allo studio della Camera della Moda, formulata dal presidente Carlo Capasa, forte dei 27 milioni di utenti che si sono connessi a Internet in occasione della sfilata degli stilisti cinesi promossa recentemente dall'istituzione milanese. A giudizio di Capasa il virtuale consentirebbe di organizzare gli ordini. E, per quanto si perda la dimensione spettacolare e tattile delle collezioni, è pur vero che le sfilate rappresentano il 30% del tradizionale rito davanti a buyer, ospiti, stampa. In ogni caso, fino al 3 aprile non si metterà nero su bianco nessun progetto alternativo, dal momento che le restrizioni contro il Covid-19 potrebbero proseguire ancora. Ma il digitale sembra comunque un'idea da tenere ben presente, alla luce della rivoluzione del telelavoro. Niente di più trendy, insomma, per un settore che vive di tendenze.

Medio Oriente «Fermo l'export made in Como»

L'imprenditore
Il comasco Lorenzo Ferrari ha un'azienda a Dubai: da stop dei voli e impatto psicologico risvolti devastanti

Era gli imprenditori italiani all'estero c'è Lorenzo Ferrari, titolare di Como Luxury Fabrics, azienda con sede a Dubai che da 25 anni si occupa della commercializzazione di tessuti d'alta gamma in Medio ed Estremo Oriente per conto delle più importanti manifatture lariane e biellesi. Ferrari è anche un converter, nel 2018 ha aperto la Lisa D'Este Fashion che vanta un portfolio di noti brand.

Da suo Osservatorio l'imprenditore spiega come i Paesi del Golfo stanno fronteggiando il coronavirus. «All'inizio, quando l'epidemia era confinata nelle regioni dell'Ex Celeste Impero, veniva liquidata come una questione cinese, ma adesso che il contagio sta dilagando anche in questa parte del mondo, sono state prese misure drastiche che proteggono dall'infezione, ma uccidono l'economia. L' Arabia Saudita ha subito chiuso i voli con i Paesi a rischio e poi anche i confini con gli Stati del Golfo. Anche gli Emirati sono sotto stretta sorveglianza, finora a Dubai i casi sono relativamente pochi e tutti "importati", ma l'impatto psicologico sulle vendite è devastante. Il Mall of Emirates e il Dubai Mall, tra i centri commerciali più grandi al mondo per il lusso, con boutique di 200/300 mq per ogni top brand sono deserti, con orari di apertura ridotti a 6 ore contro le usuali 14. Il blocco di questi mercati, tra le principali destinazioni dell'export comasco, avrà ripercussioni gravissime, prevedibile un ingente calo degli ordini». La cancellazione dei voli non consente di evadere nemmeno gli ordini in corso. «Qualche compagnia sta mettendo a disposizione dei cargo per il trasporto delle merci, ma i prezzi sono schizzati alle stelle» spiega Ferrari che, nonostante il forzato stop, non vede a rischio la leadership creativa del distretto.

Lorenzo Ferrari, titolare di Como Luxury Fabrics, con sede a Dubai

«Como è centro di eccellenza riconosciuto in tutto il mondo ed il Made in Italy ha un forte appeal. Nessuno può scippare l'immenso patrimonio di cui siamo depositari, i fondamentali dell'arte tessile che ci permetteranno di riemergere ancora più forti da questa sfida epocale. La mia unica, vera paura è che se l'emergenza italiana, ma soprattutto mondiale, dovesse protrarsi per qualche mese molte aziende, soprattutto le medio piccole, in mancanza di adeguati supporti, spariscano».

In quest'ottica, l'imprenditore indica come arma anti virus la solidarietà. «Mai come in questo momento le imprese dovrebbero sfruttare sinergie organizzative e non solo per tutelare con vigore il Made in Como. Se le grandi non aiutano le piccole, Como potrebbe fare la fine Lione».

Ferrari si proietta oltre, quando i giochi si riapriranno. «Una buona chance per ricominciare sarebbe quella di riassettare i modelli del passato. Ad esempio, smettere di avvantaggiare Première Vision, fiera che si è attestata tra le più importanti in ambito internazionale soprattutto grazie alla presenza degli espositori italiani, e conferire tutti nell'orbita di Milano Unica». **S. Bri.**

Armani, la seta e lo stile chic Il nuovo "Tess" è in edicola

Particolare della copertina

È in edicola "Tess", il magazine bilingue del Como Style (3,50 euro + il quotidiano). La rivista mette in scena il meglio del Made in Italy e della creatività comasca, con un'intervista esclusiva a Giorgio Armani. Lo stile "bon chic, bon genre" è tema guida del magazine bilingue tradotto dagli studenti del Centro Studi Casnati coordinati dalla professoressa Vanna Bullock.

VkVSIyMjVm9sb0Vhc3lSZWFkZXJfU2VzYWFiIyMjNTk4ZWY0NDMtZjc1NC00MjRlLTkwZDUtMzQ3ZmVjMjY0MGIwIyMjMjAyMC0wMy0yMlQxNDo0Mjo1OSMjI1ZFUg==