

**Coronavirus:  
l'economia**

# La moda si rifà il look per la fase 2

*Il settore si è preparato alla ripartenza tra misure di distanziamento, presidi sanitari e orari flessibili. Le richieste alla politica: credito d'imposta al 30% per il periodo di stop e incentivi per investire sul digitale*

CINZIA ARENA

La moda è pronta ad andare sulla passerella della fase 2. Il settore, simbolo del made in Italy nel mondo, è un sistema complesso fatto di grandi griffe e migliaia di Pmi e di artigiani con un giro d'affari che sfiora i 100 miliardi. Confindustria Moda in attesa del semaforo verde sulla riapertura (la moda insieme all'auto e alle costruzioni è in pole position per la fase due) ha siglato un accordo con i sindacati per la sicurezza che prevede distanziamento, presidi sanitari e orari flessibili. La Camera della moda nazionale aveva fissato al 20 aprile la deadline da non superare per un riavvio dei motori senza conseguenze catastrofiche e stimato perdite per 50 miliardi. Ma al momento di certezze non ce ne sono. La decisione spetta al governo che ancora non si è espresso mentre le Regioni preparano piani e studiano protocolli. C'è chi ha rotto gli indugi per conto suo: Gucci ha riaperto il laboratorio di prototipi per pelletteria e calzature a Scandicci, in Provincia di Firenze. Al lavoro solo il 10% dei dipendenti, vale a dire più o meno 100 persone, con misure di sicurezza "validate" dalla consulenza del virologo Roberto Burioni. Si lavora alla fase 2 anche da Prada, che ha deciso di rimodulare gli orari di lavoro in due turni e di chiudere la mensa, e nella sede di Renzo Rosso, dove sono stati riaperti alcuni magazzini.

Il coronavirus porterà grandi cambiamenti, i prossimi mesi saranno cruciali per capire come riorganizzare l'attività produttiva, il 2021 il banco di prova per la tenuta del fatturato. Il timore è quello della concorrenza di Paesi come Spagna, Turchia e Portogallo che hanno continuato a lavorare nonostante l'emergenza coronavirus e che hanno un costo della manodopera molto più basso. Il primo a lan-

ciare un appello per un ripensamento di tempi e modi di lavorare è stato Giorgio Armani proponendo un cambiamento di passo per un settore fino ad oggi frenetico, con le collezioni che dopo un mese sono considerate già vecchie. Il presidente di Confindustria Moda Claudio Marenzi insieme a Matteo Lunelli presidente di Altagamma e a Carlo Capasa, numero uno della Camera della moda ha scritto a premier Giuseppe Conte avanzando un piano in 13 punti chiedendo, tra le alte cose, un credito d'imposta al 30% per il periodo di chiusura, incentivi per la trasformazione digitale e l'e-commerce e un rafforzamento delle tutele sui brevetti. Sul territorio c'è fer-

mento. Le aziende toscane sono state le prime a chiedere - con l'appoggio del governatore Enrico Rossi - di poter ripartire prima del 4 maggio, ma il governo Conte ha respinto l'ipotesi di aperture a macchia di leopardo. Anche Emilia Romagna, Veneto e Lombardia sono convinte che la moda abbia tutte le carte in

regola per ripartire.

«Se le attività non riprenderanno, rischiamo di veder scomparire il 50% delle nostre aziende, soprattutto piccole e medie che rappresentano il 90% del nostro settore», è l'allarme lanciato da Marenzi. «Parliamo di centinaia di migliaia di posti di lavoro a rischio - ha aggiunto - ma anche di mancate entrate fiscali per lo Stato per decine di miliardi di euro. Per ogni piccola e media impresa italiana che dovesse chiudere, ce ne sarebbe una straniera pronta a prenderne il posto». La moda è la seconda indu-

stria manifatturiera del paese, produce un fatturato di 97 miliardi e ha una forte vocazione all'export che rappresenta i due terzi del giro d'affari complessivo. La chiusura delle attività produttive e dei negozi ha prodotto una paralisi quasi totale: per le griffe ad esempio solo il 10% delle vendite si è spostato sull'on-line.

Situazione drammatica per quanto riguarda l'occupazione. Gli impiegati in cassa integrazione sono almeno 550mila su un totale di 580mila, 30mila sono impiegati nelle fabbriche che producono occhiali e tessuto non tessuto (usato per esempio per le mascherine), che possono continuare a operare. La ripartenza per le 66mila imprese del sistema (che spazia dal tessile alla pelletteria, dall'oreficeria all'occhialeria) sarà lenta e per questo avverrà a personale ridotto: mediamente nelle fabbriche ci sarà il 30% dei dipendenti e molte aziende hanno attivato la cassa integrazione. Oggi il 41 per cento della produzione europea di moda è fatto in Italia. Ma per mantenere questo pri-

Il comparto si interroga sulla riorganizzazione dell'attività produttiva. Il 2021 il banco di prova per la tenuta del fatturato. L'allarme: «Ripartire subito o le piccole aziende spariranno»



mato ci sono ritmi e scadenze precisi perché si tratta di un'industria stagionale che riparte ogni sei mesi con nuove collezioni che vanno presentate, vendute e consegnate. Alcuni settori, come quello degli abiti da sposa, rischiano il tracollo. «La crisi che attanaglia il mondo moda, a seguito alla emergenza coronavirus, vede il settore sposi molto colpito» ha sottolineato il presidente di Unimpresa Moda, Giancarlo Presutto. «La profonda crisi che ha colpito la vendita di abiti da sposa e da cerimonia è molto grave» perché «il settore in questione è caratterizzato da stagionalità dove l'80% dei matrimoni (e quindi delle vendite) interessa il periodo che va da maggio a settembre». Unimpresa Moda, che rappresenta le piccole realtà del settore, chiede l'apertura di un tavolo di concertazione, la sospensione del pagamento delle tasse, la moratoria dei prestiti e sconti sul pagamento delle utenze fino a fine anno.



**Un comparto simbolo del made in Italy**

**100 miliardi**

Il giro d'affari di un settore composto da grandi griffe ma anche da migliaia di piccole e medie imprese e da artigiani

**550mila**

Gli impiegati in "cassa", su un totale di 580mila. In 30mila lavorano per produrre occhiali o tessuti per mascherine

**41%**

La quota della produzione europea che viene effettuata in Italia, a testimonianza dell'importanza del settore

**LE RICADUTE**

Sono stimate perdite per oltre 50 miliardi di euro dal lockdown fino al 20 aprile. Si temono effetti negativi anche a causa della concorrenza di Paesi che hanno continuato a lavorare

## ■ Le iniziative

# 1

### **Snam**

Snam, insieme a Fondazione Snam, ha avviato una raccolta fondi su base volontaria tra i dipendenti per iniziative di solidarietà nei confronti di enti del Terzo settore. Il progetto prevede che i dirigenti di Snam, a partire dall'Ad Marco Alverà e dal top management, possano ridurre la propria remunerazione, nel periodo maggio-dicembre 2020, per consentire all'azienda di attivare iniziative di beneficenza. Alverà ha deciso di ridurre del 25% la propria retribuzione lorda.

# 2

### **Falck Renewables**

Falck Renewables sostiene due progetti di ricerca medica condotti presso l'Università degli Studi di Milano e finalizzati a contrastare gli effetti patologici di Covid-19.

# 3

### **3M**

Prosegue l'impegno di 3M per far fronte all'emergenza Covid-19. Oltre a massimizzare gli sforzi produttivi per contribuire a soddisfare l'esplosione della domanda di dispositivi di protezione individuale, arrivando a produrre 100 milioni di mascherine N95 al mese a livello globale, l'azienda ha donato 300.000 euro.

# 4

### **Granarolo**

Granarolo e la sua filiera di soci allevatori destineranno risorse per l'acquisto di attrezzature sanitarie necessarie a fronteggiare il diffondersi dell'epidemia. Granarolo si è attivata con la Protezione Civile per fornire 100.000 mascherine chirurgiche e generi alimentari in grado di supportare il lavoro sul campo dei tanti operatori di questa emergenza.