

Maurizio Tamagnini, questo è il made in Italy che funziona

Le aziende del settore della moda e del lusso continuano a mantenere ottimi fondamentali, con margini in crescita e pochi debiti: il settore continua dunque ad essere uno dei comparti industriali più interessanti. E il sano andamento delle aziende del settore è il risultato del miglior made in Italy, che coniuga innovazione e elevatissima qualità di prodotto. È questo il sintesi il quadro di riferimento tracciato

ieri da **Maurizio Tamagnini**, responsabile di **Merrill Lynch** per l'Italia. Ricalcando quanto detto da **Mario Boselli**, presidente della **Camera nazionale della moda italiana** in apertura di giornata. «Il settore va bene ma più di altre volte abbiamo qualche incertezza per il futuro. In particolare per la debolezza del dollaro», ha spiegato Boselli. Secondo Tamagnini, se il made in Italy si vuole rafforzare in

previsione di possibili perturbazioni di mercato, le grandi aziende possono puntare sui segmenti di pubblico che saranno più profittevoli: i consumatori cinesi, indiani e russi. Mentre le imprese più piccole (sotto i 500 milioni di ricavi annui) devono creare piattaforme alternative per raggiungere unità di costo convenienti: sul mercato domestico così come all'estero.