

Crisi alla milanese «Meno griffe ma abiti che durino anni»

Pamela Dell'Orto

■ «La crisi? È arrivata violenta e inaspettata. L'abbiamo subita, ma stiamo facendo tutto quello che è in nostro potere per arginarla» parole di Diego Della Valle, patron del Gruppo Tod's, ieri in Bocconi per il Milano Fashion Global Summit, che ogni anno fa il punto su moda, lusso ed economia. Con le sue sei boutique monomarca milanesi (comprese quelle dei marchi Hogan, Fay e Roger Vivier), che alla faccia di questi tempi difficili continuano a rifarsi il make-up e ingrandirsi, il gruppo Tod's sembra

non conoscere crisi. D'altra parte Milano è importantissima, nonostante la recessione: «Resta il biglietto da visita dell'Italia, una città che ha buone basi e che sicuramente dall'Expo trarrà tutte le energie per migliorare». Milano resiste perché «è la città industriale più importante d'Italia. Ma non lo sarebbe se tutti i poli produttivi d'Italia non convergessero proprio qui». Tante aziende spostano la produzione all'estero, certo, ma poi fanno ritorno qui, come ha ricordato ieri il presidente della Camera Nazionale della Moda Mario Boselli, che cita alcuni esempi fra i quali Paul Smith. La qualità del

Made in Italy prima di tutto, insomma. Anche perché, come è emerso ieri dal Summit, in tempi di crisi il prodotto non può permettersi di essere usa e getta perché il consumatore compra meno ma meglio. «Ormai le signore non cercano più la griffe, ma qualcosa che duri nel tempo - ha concluso Michele Norsa a capo del gruppo Ferragamo, assicurando che i prezzi della Maison scenderanno. Insomma, ecco il nuovo trend per il 2009: meno griffe e meno vestiti nell'armadio, ma sono capi di qualità. Niente di più milanese, insomma, anche se a suggerircelo è la crisi.

