

INVESTIRE A NAPOLI

FOCUS

Il Sole
24 ORE
Mercoledì 23 Settembre 2015
www.ilssole24ore.com

Il comparto dell'abbigliamento

L'imprenditore. Ambrogio Prezioso: «Qui sono presenti griffe e produttori internazionalizzati»

Promozione. Il viceministro Carlo Calenda presenta l'evento promosso da ministero dello Sviluppo e **Unione industriali di Napoli**

A ottobre arrivano i buyer Usa

L'INIZIATIVA

Circa 80 imprese partenopee grandi e piccole, più e meno note, incontreranno 50 rappresentanti della grande distribuzione americana

Vera Viola

NAPOLI

«Un grande evento a Napoli con buyers stranieri a cui mostrare le grandi capacità delle imprese della moda partenopea», il viceministro Carlo Calenda presenta con enfasi l'evento che si svolgerà sotto al Vesuvio dal 21 al 23 ottobre, strutturato in collaborazione con l'**Unione Industriali di Napoli** rappresentata da **Carlo Palmieri**, ad di Pianoforte Holding da poco nominato componente del Comitato di Presidenza, con delega al Mezzogiorno, di Sistema Moda Italia.

«Avremo tre giorni dedicati a tessile, abbigliamento e accessori dell'area metropolitana di Napoli _ spiega ancora Calenda _ area in cui operano grandi produttori che hanno le potenzialità per aumentare i loro mercati di sbocco. Allo scopo di favorire l'internazionalizzazione, abbiamo selezionato i mercati più interessanti: in primis gli Stati Uniti, anche se in una prima fase ci limiteremo alle principali città».

L'evento consiste in incontri tra 80 imprese napoletane e circa 50 buyers delle grandi catene di distribuzione americane. «Alle società straniere della gd - aggiunge Calenda _ offriremo incentivi per spingerle a comprare di più, e soprattutto, comprare nuovi brand. Ciò sarà molto utile, soprattutto per le aziende medie e piccole e per quelle meno note».

L'evento sarà seguito dalla

stampa internazionale e abbinerà le creazioni di moda alle migliori immagini del territorio. «Le imprese napoletane hanno partecipato con grande entusiasmo _ precisa Calenda _ e con grande impegno. Mettendo a punto un modello di promozione che si potrà replicare, anche in altri settori». Tra gli ambasciatori, Marinella Kiton, Isaia, Attolini e Russo di Casandrino, insomma, i guru della moda maschile napoletana. Ma avranno spazio e occasioni molte imprese grandi e piccole: queste ultime possono da un momento di promozione forte trarre un cambiamento vero di prospettiva aziendale.

In questo modo, e con l'evento di ottobre, Napoli, avendo confezionato un progetto convincente, avrà alla pari di Milano e Roma le sue giornate della moda promosse dal ministero dello Sviluppo Economico. Parte di una strategia che al settore ha dedicato in totale finanziamenti per i 50 milioni. «Una cifra _ precisa il viceministro _ dieci volte più alta di quanto stanziato negli anni scorsi per la promozione del Made in Italy».

I fondi a disposizione dell'Ice-Agenzia, nel periodo 2015-16 ammontano, solo per la parte pubblica a 54 milioni, ripartiti tra tessile-abbigliamento, prodotti per la persona (oro e gioielli), cuoio e calzature. Altri 23 milioni (dei 54) sono andati a iniziative che abbracciano più di un comparto. Una importante iniezione di liquidità, insomma, in un momento in cui si registra un andamento positivo (nonostante i contraccolpi della crisi russa) e il pieno recupero della crisi ante globalizzazione, anche se questa è costata molte perdite e una totale rivoluzione.



Il viceministro Carlo Calenda

© RIPRODUZIONE RISERVATA

