



Pitti Bimbo

numero 79 è un ping pong di sfilate, ospiti vip agli stand e debutti internazionali con 415 collezioni (180 estere) in mostra alla Fortezza da Basso di Firenze dal 26 al 28 giugno. Come per **Pitti Uomo**, anche qui il tema è lo sport da tavolo.

Ad attendere i compratori di tutto il mondo (5.800 la scorsa estate, ma a questa edizione l'investimento degli organizzatori in ospitalità dei buyer stranieri è raddoppiato) ci sono diverse new entry in Fortezza da Basso tra cui **Little Marc Jacobs, Kenzo, Chloé e Timberland**. Per la prima volta in fiera c'è **Kid's Evolution**, un progetto che porta a

Pitti Bimbo una selezione di designer di moda uomo e donna che si cimenteranno per la prima volta nella produzione di abbigliamento under 14.

«Questa stagione, ma anche in futuro - dice **Agostino Poletto**, vice-direttore generale di Pitti Immagine - giocheremo partite d'attacco sulla ricerca e gli accessori. Una strategia di gioco che punterà sempre al nuovo». **La vera novità di questa stagione è Kid's Evolution. Ci racconti di questa iniziativa e se prevedete di portarla avanti nel tempo...** Anche per Kid's Evolution la parola-chiave è "ricerca": assieme a Vogue Bambini e a Alessandro Enriquez, l'ideatore dell'iniziativa, abbiamo selezionato alcuni nomi che nelle ultime stagioni si sono distinti per il carattere innovativo delle loro collezioni per i "grandi" e abbiamo chiesto loro di sperimentare e creare delle capsule per il mondo dei più piccoli. Quest'estate vedremo tra gli altri Benedetta Bruzich, Stella Jean, Vivetta, Superduper Hats, Studiopretzel e An Italian Theory, alcuni dei quali sono stati protagonisti di primo piano dei diversi progetti che Pitti Uomo e Pitti W hanno dedicato in questi anni ai giovani fashion designer italiani o che comunque lavorano in Italia.

Su cosa sta investendo di più Pitti Bimbo in questo momento e perché? Come manifestazione internazionale leader del settore, Pitti Bimbo ha delle responsabilità: è un salone che si occupa in maniera trasversale di quello che succede ogni sei mesi nel mondo del childrenwear e della cultura che gli sta attorno. Lo scouting del nuovo e della creatività è il nostro mantra anche quando riguarda il classico contemporaneo, lo sportswear o lo street style. I compratori cercano da noi il meglio: i nuovi progetti dei brand internazionali più grandi e accreditati - a giugno, fra gli altri, ci sarà il ritorno di Kenzo, Timberland, Marc Jacobs, Chloé, Donna Karan, Michael Kors e Hugo Boss - così come quelli dei brand indipendenti.

Quali iniziative state portando avanti in materia di internazionalizzazione? Per questa 79a edizione di Pitti Bimbo abbiamo raddoppiato l'investimento in ospitalità di compratori stranieri rispetto all'estate scorsa. Ci siamo concentrati in particolare su mercati promettenti come Russia, Corea del Sud, Taiwan e Giappone, ma anche Middle East.

Sempre più espositori chiedono delle trasferte di Pitti Bimbo all'estero: ci sono novità o commenti in merito? Il vice-ministro alla Sviluppo Economico Carlo Calenda, che è molto vicino a Pitti Immagine, l'ha detto in più occasioni: è importante portare in Italia - per la moda, per il design e per tutti gli altri nostri settori d'eccellenza - compratori di tutto il mondo perché capiscano come e da dove queste eccellenze hanno origine. È un'impostazione più articolata rispetto al passato. Le missioni all'estero continueranno a esserci, ma dovranno esprimere un livello di consapevolezza globale del made in Italy e non potranno più riguardare solo singole fiere, settori ristretti o istituzioni locali in ordine sparso.

Ermanno Scervino dalla parte di Renzi anche per il look

«Ma quale camicia? Quella di **Matteo Renzi** è una gran bella camicia!». **Ermanno Scervino**, stilista toscano che veste spesso il presidente del Consiglio, difende le scelte in materia di abbigliamento del premier, che ieri era stato oggetto di alcune considerazioni da parte di **Giorgio Armani**.

Ad Armani, che aveva consigliato a Renzi di non togliere mai la cravatta per non scadere nel giovanilismo, Scervino ricorda con simpatia che «se dimentica di metterla c'è anche da capirlo, è così impegnato, si sta dannando l'anima per questo Paese».

«Renzi fa cose così belle e importanti che non mi soffermerei sulla cravatta, lui - ha detto lo stilista all'**Ansa** poco prima della sfilata della sua linea per uomo, oggi a Milano - è una figura moderna nel panorama politico, è proprio la persona di cui l'Italia aveva bisogno».

Endorsement per **Matteo Renzi** da parte di **Giorgio Armani**, che però fa le pulci al look del premier. Lo stilista, parlando con la stampa dopo la sfilata di Emporio, promuove il presidente del Consiglio ma non gli fa sconti sul modo di vestire.

«Renzi è adorabile, ma con quella camicia bianca...non va bene fare del giovanilismo in mezzo ai signori in scuro», afferma Armani e aggiunge: «Sì, anche **Obama** resta spesso in camicia ma la indossa con la cravatta e ha un tocco più sexy. Renzi, non è più il sindaco di Firenze, adesso fa il presidente del Consiglio e all'improvviso ha scoperto i problemi di questo ruolo. Tutte cose da imparare a gestire, ma è bravissimo perché spinge in maniera decisa».

Armani invece il Renzi lo boccia:

«Metta la cravatta»



Ma nel backstage della sfilata Armani ha parlato anche di business, oltre che di politica. I primi sei mesi dell'anno sono andati «discretamente bene per l'azienda, che ha segnato un +6%». Per quanto riguarda i mercati, lo stilista ha notato che le performance meno brillanti si sono fatte registrare in Italia e, in generale, in Europa. Buoni, invece, i risultati ottenuti in Asia e soddisfazione per il mercato americano «in ripresa».

Aumenta l'export manifatturiero pratese

Nel primo trimestre 2014 le vendite all'estero registrano il terzo aumento consecutivo e da sottolineare è che cambia segno l'export di tessuti che si assesta al +6,5%. L'export manifatturiero totale della Provincia di Prato registra dunque un aumento del +18,0% in valori rispetto allo stesso periodo del 2013. Dopo un inizio 2013 negativo (-14,6% il primo trimestre e -0,3% il secondo), a metà anno si è invertita la tendenza (+4,2% il terzo trimestre e +10,5% il quarto) e il primo trimestre del 2014 costituisce il terzo aumento consecutivo dell'export provinciale. Il trend delle esportazioni pratesi torna sopra il livello massimo pre-crisi (dicembre 2006). Guardando in particolare al tessile-abbigliamento, l'export è aumentato nel 1° trimestre 2014 dell'11,0% rispetto al 2013. Dopo 4 trimestri consecutivi in perdita, le vendite di tessuti ortogonali crescono del +6,5% rispetto al 2013. I prodotti tessili speciali, tecnici e arredo dopo la crescita del +7,4% del 2013, a inizio 2014 aumentano del +14,4% le esportazioni in valori rispetto allo stesso periodo del 2013. I filati per maglieria che a livello provinciale chiudevano l'anno 2013 a quota +3,6%, iniziano il 2014 con un +19,6%. L'export di abbigliamento e maglieria è aumentato nel 1° trimestre 2014 del +17,8% rispetto al 2013; in particolare, le vendite all'estero di accessori e capi in maglia sono aumentate del +29,8 e l'abbigliamento in tessuto del +13,9% rispetto allo stesso trimestre del 2013. Per quanto riguarda gli altri settori manifatturieri, la meccanica (comprensiva dell'industria meccanotessile) dopo quattro anni consecutivi di crescita diminuisce l'export del 1° trimestre 2014 del 7,2% a fronte però di un forte incremento che si era avuto nello stesso periodo del 2013 (+33%). La chimica cresce del 32,9%, mentre diminuiscono dell'1,9% le vendite di mobili, nel cui settore merceologico sono inclusi i materassi. Il Vicepresidente dell'Unione Andrea Tempestini commenta: «I dati Istat elaborati dall'ufficio studi certificano tre trimestri consecutivi di crescita dell'export. E' chiaro che se il distretto dipendesse dai consumi interni non avremmo questi risultati; lavorando prevalentemente sui mercati mondiali Prato è

esposta alla concorrenza internazionale, ma adesso coglie il lato positivo del lavorare con l'estero. Le imprese pratesi stanno dimostrando una straordinaria capacità di reazione dopo la crisi del 2012: torno a ripetere che, nell'interesse di tutti, gli istituti di credito dovrebbero agevolare la ripresa finanziando le imprese con liquidità per l'attività corrente, in modo che possano far fronte ai nuovi ordini e sfruttare tutte le potenzialità della congiuntura positiva.”

Ogni giorno da Prato volano in Cina oltre 500.000 €

Quasi due miliardi e mezzo di euro. Il volume di denaro prodotto ogni anno dalle aziende del Pratese condotte da cittadini cinesi oscilla fra i 2 e i 2,3 miliardi di euro, con un contenuto di valore aggiunto che va dai 680 agli 800 milioni: più del 10% del totale dell'intera provincia. È il risultato dello studio Irpet analizzato da ReteSviluppo, ente di ricerca dell'Università di Firenze che ieri ha presentato un focus sul valore dell'economia cinese nella provincia pratese. Il fiume di denaro torna in Cina.

Tra il 2005 e il 2012 la provincia laniera ha visto crescere le rimesse verso la Cina del 930%.

«La fuga di capitali da Prato - spiega Luca Caterino, - direttore di ReteSviluppo ricerca - rischia di indebolire il dinamismo di un territorio che negli ultimi anni ha mostrato nuovo vigore nel tentare una diversificazione». Dal 2007 al 2009, in media, 423 milioni di euro l'anno hanno lasciato il territorio di Prato per la Cina, cifra che si è abbassata nel triennio 2010-2012 a una media annuale di 196 milioni.

I money transfer

Un'operazione a Prato della Guardia di Finanza, chiamata Cian Liu, (Fiume di denaro), ha messo in luce un fenomeno in espansione, fondato sul binomio evasione fiscale-riciclaggio. L'indagine ha intercettato il flusso di denaro dall'Italia (via San Marino) alla Cina per quasi tre miliardi di euro, movimentato da

una società di money transfer con sub agenzie in Toscana.

Nel 2008, per comprendere l'entità del fenomeno, uno degli evasori coinvolti nell'inchiesta aveva dichiarato redditi per 17 mila euro e intanto spediva in Cina quasi 2 milioni di euro.

Rischio prosciugamento

«Prato è a rischio prosciugamento - commenta Caterino - ogni giorno questo territorio perde da 0,5 a un milione di euro con le rimesse verso la Cina. Occorre che questo fiume di denaro risalga la corrente e si metta in circolo all'interno dell'economia pratese e toscana».

il riciclaggio

Lo studio su capital flight e paradisi fiscali dell'Università di Firenze svelava che tali, enormi, flussi finanziari passano da tutta una rete di canali informali o paralleli, usati per far uscire dal territorio nazionale anche i capitali frutto di evasione fiscale, per poi magari riciclare quei capitali inattività economicamente e "imprenditorialmente lecite". Allo stesso tempo vengono utilizzati anche canali ufficiali, attraverso filiali colluse di agenzie di moneytransfer.

L'analisi di "ReteSviluppo". «La forte presenza di imprenditoria cinese nell'area metropolitana della Toscana - conclude - deve essere colta nei suoi aspetti più positivi: accordi tra imprese italiane e cinesi potrebbero consentire alle prime di avere un accesso privilegiato a un mercato internazionale, quale quello cinese, forte e in continua crescita. Tutto questo, tuttavia, non può passare che da un giro di vite verso l'illegalità diffusa che caratterizza una parte dell'imprenditoria cinese a Prato e in Toscana»



Fashion at Work si trova al Padiglione Centrale, Piano Inferiore

La sezione **FASHION AT WORK** di Pitti Filati da sempre riunisce espositori italiani e stranieri impegnati in consulenze stilistiche, progettazione punti e prototipi, stampa su maglia, macchine per maglieria, bottoni e minuterie, accessori e passamanerie, ricami e applicazioni, tintorie e finissaggi, quaderni di tendenza e bureaux de style, sistemi di codifica del colore, sistemi software per il disegno o la confezione.

MORTADELLA DI PRATO, IGP SEMPRE PIU' VICINA

Siamo ormai alle fasi finali della procedura per il riconoscimento nazionale della denominazione "Mortadella di Prato IGP" avviata dall'Associazione di tutela della Mortadella di Prato in collaborazione con la Camera di Commercio. Una procedura lunga e meticolosa, che ha richiesto una attenta ricostruzione storica e un lavoro di indagine per l'individuazione della ricetta di questo salume. Il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali ha indetto una riunione di pubblico accertamento per il 17 luglio alle ore 15.00 presso la Sala Convegni della Camera di Commercio di Prato, nella quale verrà data lettura del disciplinare di produzione della mortadella. A questa iniziativa, aperta al pubblico, sono invitati a intervenire tutti gli interessati. Terminata questa fase, il disciplinare passerà al vaglio della Commissione europea che dovrà decidere sul rilascio della IGP (indicazione geografica protetta).

"Si tratta di un momento importante per la definizione di questo percorso – commenta **Luca Giusti**, presidente della Camera di Commercio di Prato – La mortadella di Prato è un salume particolare, che racconta il nostro territorio e anche un po' della nostra storia. Da quando è iniziato questo lavoro di valorizzazione, la mortadella di Prato è tornata sulle tavole non solo dei pratesi, ma anche protagonista di iniziative di interesse nazionale, essendo uno dei presidi Slow Food. E la crescita della produzione negli ultimi 5 anni, con picchi anche del 20% annuo nella produzione, è un segnale evidente di questo interesse".



LA MORTADELLA DI PRATO: RICETTA E STORIA

La "Mortadella di Prato" è un salume cotto speziato di stampo medievale, dal gusto unico, frutto del contrasto fra il sapore caldo e pungente delle spezie, dell'aglio e del sale marino, e quello dolce e delicato dell'alchermes. Il "saper fare" locale, risale ai "beccai" pratesi (gli antichi macellai), un'attività che, per motivi di igiene, richiedeva, come il mestiere di tintore, abbondanza di acqua corrente e che quindi si è potuta sviluppare grazie alla presenza delle "gore".

La scelta dei tagli di carne utilizzati nella lavorazione tradizionale, l'assenza di glutammato e la particolarità degli ingredienti, rendono questo salume unico nel panorama gastronomico italiano. In particolare ciò che la lega indissolubilmente al territorio pratese è la presenza dell'alchermes, un liquore di colore rosso vivo ottenuto un tempo esclusivamente dalla cocciniglia, un insetto parassita essiccato e polverizzato, che per secoli è stato adoperato nella tintura dei tessuti.

Questa specificità ha accresciuto nel tempo la reputazione della "Mortadella di Prato". I primi documenti certi risalgono infatti al 1733, in occasione della beatificazione di suor Caterina de' Ricci, quando le monache dei monasteri domenicani di Prato allestirono per gli ospiti un pranzo dove essa figura come specialità locale. Ritroviamo la "Mortadella di Prato" menzionata scherzosamente nel 1854 nel carteggio Guasti-Pierallini ("le mortadelle di Prato son cose ghiotte anche ai fiorentini mangia fagioli), in relazioni redatte in lingua italiana, inglese e francese per le Esposizioni internazionali di Londra e Parigi e in una nota di un commissario francese di polizia, che ci ragguaglia sull'esportazione del prodotto in Francia (1867) a conferma della sua conquistata reputazione.

Anche durante il Novecento sono numerosi i riferimenti documentati alla "Mortadella di Prato": la sua peculiarità ha fatto sì che il prodotto fosse presente in molti libri di cucina e guide gastronomiche locali, nazionali e internazionali, fin dalla prima edizione della "Guida gastronomica d'Italia" del Touring Club Italiano (1931). La sua fama è anche legata alla predilezione dimostrata da grandi chef e personaggi della cultura e della gastronomia internazionali, come il famoso scrittore gastronomo Manuel Vasquez Montalban, che nel 2000 ebbe modo di apprezzarla al Salone del Gusto di Torino. E' stata inoltre valorizzata come espressione genuina della tradizione gastronomica di Prato da associazioni come l'Accademia della cucina italiana (1987) e Slow Food, che nel 2000 ha istituito un presidio del prodotto. Fin dal '700 si usa gustare localmente la "Mortadella di Prato" con i fichi oppure nella cucina tradizionale come ingrediente di molti piatti tipici, tra i quali i "sedani alla pratese".