

Imprese
che impresa
di **Giovanni Costa**



Made in Cintaly: la nuova frontiera

Imitando l'invenzione linguistica fatta da Federico Rampini con Cindia, si può dire che l'inchiesta di Report «I disoccupati del lusso» di domenica scorsa su Rai 3 ha fatto scoprire Cintaly. Made in Cintaly potrebbe essere l'etichetta corretta delle griffe che, dopo aver tuonato per anni contro la contraffazione cinese, si sono messe con artifici vari a utilizzare in patria e all'estero lavoro cinese. C'è una corrente di pensiero che da tempo aveva fittato l'andazzo e sosteneva per paradosso che se si voleva trovare ancora qualcosa di totalmente italiano bisognava andarlo a cercare in borse, occhiali, jeans e magliette proposti dagli immigrati sui marciapiedi dei centri storici, prodotti sicuramente contraffatti, ma contraffatti in Italy.

Una griffe dovrebbe rallegrarsi di venir contraffatta perché è un privilegio accordato solo a un prodotto entrato nell'immaginario collettivo come veramente irraggiungibile. È la consacrazione del successo. Se non sei sul tappetino del nigeriano, non sei nella boutique di via Montenapoleone a Milano. E viceversa.

Finché le cose stavano in questi termini, nessuno si preoccupava. La maglietta Valentino venduta dall'extracomunitario non era in concorrenza con quella venduta in via San Fermo a Padova ma con quella unbranded venduta nelle Piazze.

Il vero piacere dei portatori di griffe non deriva da dove è stato prodotto il capo, ma da dove è stato comprato. L'economia dell'esperienza si alimenta delle emozioni del compratore e non certo del sudore del produttore. Quest'ultimo è diventato un problema solo quando i minori costi della produzione irregolare sono stati incorporati legalmente nei prodotti griffati, quelli «autentici». Infatti, come ha dimostrato Report, del luogo di produzione e dell'etnia del produttore hanno cominciato a preoccuparsi non i clienti ma i terzisti e i laboratori regolari, messi fuori gioco dalla competizione sleale.

La competizione tra produttori è il lato oscuro della globalizzazione. Finché c'è fame ci sarà gente disposta a lavorare in qualunque condizione pur di migliorare la propria situazione e niente li fermerà. Appare un po' pelosa e interessata la solidarietà di chi solo ora si ricorda dei diritti negati e denuncia il dumping sociale. Non più quello fatto in Cina o in Vietnam ma quello fatto dagli stessi cinesi nella Riviera del Brenta.

Si denuncia anche la minore qualità. Attenzione però, se hanno imparato il made in Italy i braccianti agricoli veneti o campani trasformati in confezionisti da meno di cinquant'anni, perché non dovrebbero farlo i cinesi che lavorano la seta da decine di secoli e certe abilità manuali le hanno nel sangue? Diventerà sempre più difficile (ma va fatto) difendere il made in Italy. Forse bisognerà puntare anche sul bought in Italy comprato in Italia). A ben vedere, i grandi del lusso stanno investendo di più nei siti di vendita che in quelli di produzione.

g.costa.cdv@virgilio.it

