

## Notes da (ri)vedere



{PRIVATE "TYPE=PICT;ALT=Francesco Fravolini"}

[Francesco Fravolini](#)

## L'artigianato italiano di lusso conquista il Qatar

9 Maggio 2018 - 11:49

**Il lusso artigianale made in Italy è un asset economico ricercato**, il quale offre una vasta gamma di capi di abbigliamento e di accessori su misura. Il Qatar si dimostra interessato a questo comparto economico mediante Valeria Mangani, già vice-presidente di AltaRoma e fondatrice di Made in Italy Luxury Artigianale, piattaforma con l'obiettivo di introdurre le piccole e medie imprese italiane in alcuni mercati esteri. Nel Qatar troviamo Heya Arabian Fashion Exhibition patrocinata da He Sheikha Al Mayassa Bint Hamad Bin al Thani e la sorella Aysha, figlie della proprietaria del brand Valentino, la sceicca Mozah, nonché sorelle dell'emiro in carica. **È stata proprio la sceicca Aysha, a chiedere a Valeria Mangani di portare l'eccellenza del nostro artigianato di lusso, dedicando un padiglione all'Italia, unico Paese europeo presente all'Heya, parola che tradotta in italiano significa "Lei"**. Una fiera tutta al femminile che ha lo scopo di portare alla ribalta donne artigiane ma che vuole essere anche un momento di interscambio con eventi collaterali: presentazione di libri, incontri culturali, sfilate. **Con Valeria Mangani analizziamo l'importanza del settore economico per promuovere esportazioni e individuare nuovi mercati esteri.**

### **Made in Italy Luxury come vuole valorizzare i prodotti di lusso italiani?**

Con uno scouting serrato che è possibile solo mediante l'esperienza e la conoscenza del mercato del lusso. Quest'ultimo deve essere affrontato in un'ottica di stile di vita di una nicchia della popolazione mondiale: uomini e donne che possiedono tutto e sono alla ricerca di quell'esperienza iconica che li renda unici. Questa tendenza, dal punto di vista fashion, la possiamo declinare con dei percorsi del "su misura", quello che gli inglesi chiamano "be spoke". Qual è l'evenienza più disdicevole per questo tipo di donne - anti Zara - che non vogliono essere massificate? Indossare lo stesso vestito giallo di Versace ad un matrimonio! Ebbene con i

percorsi sartoriali, nei quali si sceglie ogni minimo dettaglio da zero, avranno finalmente l'abito unico al mondo o la borsa perfetta.

### **Quali vantaggi economici per le piccole e medie imprese?**

Sicuramente l'inserimento in mercati di nicchia che non avrebbero avuto modo di esplorare da soli. Inizialmente sono generalmente mercati chiusi e diffidenti, che diventano poi big spenders se fidelizzati. Il Qatar è una delle economie a più rapido tasso di crescita su scala mondiale, vantando il PIL pro-capite più alto al mondo. Il suo crescente interesse per il lusso, sia in termini di prodotti sia di stile di vita, lo accompagnerà fino ai Mondiali 2022 e oltre. Con un valore di 12,4 miliardi di dollari nel 2014, infatti, il settore retail in Qatar è considerato il mercato più interessante del Medio Oriente, collocandosi al quarto posto assoluto a livello mondiale.

### **Il lusso è un asset che non ha risentito della crisi economica. Quale ruolo potrà avere nel XXI secolo?**

In Italia non si vende più niente, specialmente agli italiani. Le ristrettezze fiscali che all'epoca il Governo Monti ci impose, hanno fatto precipitare le attività commerciali in un baratro dal quale ancora devono trovare l'uscita. Ai turisti bastava spostarsi nella vicina Montecarlo o Parigi, ed ecco che magicamente il tetto di spesa in contanti svaniva. Questa "migrazione dello shopping del lusso", non solo ha svuotato i negozi del quadrilatero della moda, ma ha anche fatto chiudere tanti artigiani italiani, che di quella filiera erano un fanalino di coda, seppur di fondamentale importanza. Ebbene, è un po' il concetto "se Maometto non va alla montagna, la montagna va a Maometto", aiutando gli artigiani e le piccole e medie imprese nell'internazionalizzazione consapevole. Ovvero studiata a tavolino per interfacciarsi con quelle nicchie di realtà irraggiungibili in altro modo. Sicuramente a differenza di ICE o Agenzie governative, il mio servizio di introduzione si basa sul mio immenso portfolio Internazionale.

### **Incrementare le esportazioni significa creare un mercato economico strategico. Il beni di lusso italiani come si impongono all'estero?**

La percezione del made in Italy è assolutamente iconica. Si tratta di una vera e propria sublimazione dello stile, attraverso tutto ciò che si percepisce italiano. È il ben fatto che se indossato trasuda allure. La moda made in Italy vale 48,6 miliardi di euro: è questo il valore economico dell'export italiano del settore registrato nel 2016 tra abbigliamento, accessori e calzature. La sapienza artigianale che noi italiani abbiamo nelle nostre mani, sembra risalire ai tempi dei grandi maestri dell'arte e non ha uguali. Il primato mondiale è nostro per ciò che riguarda il settore fashion. Tant'è vero che, anche se ormai i grandi brand del lusso sono di proprietà francese, la direzione creativa e la manodopera è rigorosamente italiana.

### **Francesco Fravolini**

Linkiesta.it S.p.A. — Sede Legale: Via Cosimo del Fante 4 – 20122 Milano  
Numero di partita IVA e numero d'iscrizione al Registro Imprese 07149220969 del Registro delle Imprese di Milano  
Registrazione presso il Tribunale di Milano, n. 293 del 26 Maggio 2010

<http://www.linkiesta.it/it/blog-post/2018/05/09/lartigianato-italiano-di-lusso-conquista-il-qatar/26905/>