

Associazioni

# Il cappello di Firenze vuole conquistare la Cina

Il consorzio del tipico copricapo di paglia, che raduna 20 aziende per un totale di 100 milioni, sta mettendo a punto una strategia per entrare gradualmente nel Paese asiatico. **Milena Bello (Firenze)**

I tradizionali cappelli in paglia made in Firenze si preparano ad approdare in Cina. In un paese che, proprio per la sua storica predilezione per i copricapi, ha le potenzialità per diventare uno dei futuri mercati di riferimento anche in questo settore. «Dopo la battuta d'arresto subita da parte del mercato americano e giapponese anche noi abbiamo compreso la necessità di seguire l'onda dei paesi emergenti e partiremo dall'anno prossimo con la Cina», ha spiegato a *MFF* **Giuseppe Grevi**, presidente del consorzio **Il cappello di Firenze**, associazione che raggruppa 20 aziende storiche tra i comuni di Signa, Campi Bisenzio e Lastra a Signa che complessivamente contano 400 dipendenti e un giro d'affari di 100 milioni di euro nel 2010 (con una crescita del 10% prevista quest'anno). L'obiettivo del progetto, che è comunque ancora in fase di studio, è permettere un ingresso graduale nel paese asiatico in due fasi. La prima sarà legata a



**Giuseppe Grevi e Francesca Colombo, sovrintendente del Maggio fiorentino**

una serie di eventi culturali e artistici in Cina che consentano di dare una panoramica del distretto fiorentino e delle caratteristiche di produzione ancora artigianali dei cappelli sulla scia di quanto organizzato nei giorni scorsi in collaborazione con la manifestazione musicale del **Maggio fiorentino**. In quest'occasione sono stati realizzati i cappelli di scena per l'opera *Il cappello di paglia di Firenze* ed è stata inoltre allestita un'esposizione di modelli in

paglia realizzati da alcune delle aziende del consorzio. La seconda fase prevede, invece, l'ingresso nel mercato cinese attraverso accordi con multibrand di lusso. «Alcune delle nostre aziende già hanno cominciato a muovere i primi passi in quest'area direttamente o indirettamente dal momento che molte lavorano come terziste

sia per le griffe sia per marchi più basic come la spagnola **Zara**», ha poi aggiunto Grevi, «siamo certi che il mercato cinese diventerà decisivo perché per usi e costumi i cinesi sono grandi fruitori dei cappelli. Inoltre stiamo verificando la possibilità di organizzare un evento anche qui in Italia in occasione di una delle prossime edizioni di **Pitti immagine uomo**, vetrina importante per il segmento della moda maschile». (riproduzione riservata)

