

Dopo 3 giorni di workshop a Bari tra 37 imprese del tessile-abbigliamento e 22 buyer

Il made in Puglia? Ai russi piace

Abbigliamento, maglieria e accessori sfondano nell'Est

Ai russi piace il made in Italy e anche il made in Puglia. La conferma è arrivata dal workshop "Scenari di sviluppo per il sistema moda pugliese in Russia e nei Paesi baltici" appena conclusosi a Bari e durato dal 24 al 27 maggio organizzato da Ice (Istituto Commercio con l'Estero), Regione e Sprint in cui 37 aziende pugliesi, di cui 4 salentine, del tessile-abbigliamento, sono state messe a confronto con 22 buyer dell'Europa dell'est. Pelletteria, abbigliamento, maglieria e accessori tutti realizzati in aziende pugliesi hanno stregato gli operatori provenienti da Mosca, san Pietroburgo ma anche da Estonia, Lettonia e Lituania.

Hanno cioè potuto vedere con i propri occhi come nascono i 'gioielli' del 'made in Puglia', gli stessi che grazie al coraggio e al-

l'intraprendenza dei nostri imprenditori stanno varcando, e con successo, i confini di mezzo mondo. Visitando le aziende, infatti, si è potuto constatare come questi manufatti, ancora curati e rifiniti in modo artigianale e altamente raffinato, siano sempre più apprezzati su nuovi mercati come quello giapponese, arabo e israeliano. La Russia e i Paesi Baltici rappresentano una nuova sfida tutta da giocare. Ottimo il bilancio degli affari: tantissimi i contratti già chiusi in Puglia e altrettanti quelli per cui si sono gettate strategiche e proficue basi.

Il gusto, il taglio, i tessuti, i materiali, le rifiniture: queste le caratteristiche che hanno particolarmente colpito i buyer in questo tour nel Nord e nel Sud della Puglia. Le confezioni pugliesi, pur espressione delle nostre migliori



I russi in Puglia

tradizioni, si sono dimostrate capaci di proporre novità seguendo con attenzione i gusti di un mercato, come quello russo e baltico, che si fa sempre più esigente e consapevole.

A questa iniziativa con i buyer russi seguirà un'azione di follow up che accompagnerà le imprese pugliesi a Mosca per poi intraprendere ulteriori iniziative di incoming dal Giappone e dai paesi arabi. L'obiettivo è affacciarsi a questi mercati sapendosi organizzare con una distribuzione nuova e moderna, in grado di offrire nuove possi-

bilità sia alle aziende che hanno una propria politica di marchio ma anche disposte a lavorare per i private labels. Le prossime iniziative indirizzate per dare un'immagine completamente nuova della Puglia, nonostante la nostra regione non sia tra le più conosciute nel comparto della moda italiana. Per far questo si dovrà lavorare sull'immagine del prodotto finale, favorendo in maniera costante le visite di operatori provenienti dai mercati esteri.