

Filiere. Dopo motori, food e wellness emerge il sistema manifatturiero-turistico della moda, con 7.200 aziende e 52mila addetti

Nasce la fashion valley emiliana

Progetto regionale per rilanciare il settore che dal 2003 ha dimezzato la produzione



Ilaria Vesentini

BOLOGNA

■ Dopo motori, food e wellness tocca al fashion diventare la quarta "valley" dell'Emilia-Romagna per rilanciare un comparto in crisi, che rappresenta una ricchezza non solo industriale - in regione il sistema moda conta oltre 7.200 aziende manifatturiere, quasi 52mila addetti e un export di 4,6 miliardi (i numeri salgono a 30mila imprese e i 142mila addetti se si aggiunge il terziario) - ma anche culturale.

Una valorizzazione di manifatture e territori che sconfina nella promozione turistica della via Emilia, grazie a marchi di calibro internazionale, dall'abbigliamento alla calzatura (Bluemarine, Max Mara, Liu Jo, Twin-set, Pollini, Casadei) e grazie al richiamo di scuole e archivi stilistici unici al mondo, come Modateca Deanna, Angelo Vintage e, presto, la Fondazione Fashion Research Italy, che l'expatron di La Perla, Alberto Masotti, si prepara a inaugurare la prossima primavera in via del Fonditore a Bologna, nell'ex stabilimento della lingerie di lusso. Un progetto da 15 milioni di euro nato nel maggio 2015 proprio al fine di valorizzare l'identità dei distretti della moda emiliano-romagnoli (la maglieria di Carpi, il calzaturiero di San Mau-

ro Pascoli, l'abbigliamento di Rimini) e supportare la miriade di Pmi e startupper, che affiancano i pochi colossi come Aeffeo Teddy, tutti affamati di competenze, tecnologie e innovazione.

La Fondazione creata da Ma-sotti diventerà un museo-scuola-laboratorio a servizio della filiera e ha già annunciato la partenza di un master inedito, in collaborazione con l'Università di Bologna, per marketing manager della moda e multimedia designer. Sulla scia di quanto sta già facendo la Modateca Deanna nel Reggiano (si veda pezzo sotto), mentre in Romagna, a Lugo, già arrivano designer, stilisti e ricercatori per studiare e attingere idee dall'Angelo Vintage Archive, la biblioteca materiale di oltre 120mila capi e accessori dell'ultimo secolo provenienti da ogni angolo del pianeta raccolti da Angelo Caroli. E a San Mauro Pascolis il brand Baldini (con l'Alma Mater) sia il sindaco stanno lavorando al lancio di due musei della calzatura.

Iniziativa con un unico comune denominatore: rilanciare il settore moda, che lungo la via Emilia ha perso il 42% della produzione dal 2003 a oggi (un calo doppio rispetto alla media del manifatturiero), e negli ultimi sette anni ha visto cancellato il 15% delle imprese e il 18% degli addetti. «Il sistema si è mosso troppo lentamente nel cogliere le sfide delle nuove tecnologie e dell'internazionalizzazione: le aziende esportatrici sono meno

del 9% del totale», spiega il direttore del centro studi regionale Unioncamere, Guido Caselli. «L'alta qualità del nostro fashion riconosciuta worldwide ne fa un ottimo ambasciatore dell'identità territoriale. Dobbiamo investire su innovazione, export e nuove reti commerciali globali», sottolinea l'assessore regionale alle Attività produttive, Palma Costi.

Ebisogna permettere anche alla ricerca stilistica di usufruire del credito di imposta, ma una incongruenza tra circolaridel Mise e dell'agenzie delle Entrate non lo consente: un nodo che il Governo deve sbrogliare in fretta. È questa la prima richiesta di politica industriale che la filiera ha formalizzato a Roma, durante la presentazione della nuova fashion valley. «Rinnoviamo le collezioni quattro volte l'anno, ma la ricerca di nuovi materiali, processi, campionari non gode di alcuna agevolazione fiscale. Nel solo distretto di Carpi facciamo 100mila prototipi l'anno. Benetton 6mila e ha un giro d'affari simile al nostro cluster (1,4 miliardi, ndr)», dà le proporzioni Matteo Spaggiari, alla guida di Maison M, contoterzista modenese per grandi brand tra Milano e Parigi. «Stiamo puntando anche sulla formazione - conclude l'assessore Costi - mettendo a sistema scuole specialistiche internazionali come il Cercal di San Mauro Pascoli, il corso della moda a Rimini e il nuovo campus del fashion a Carpi».

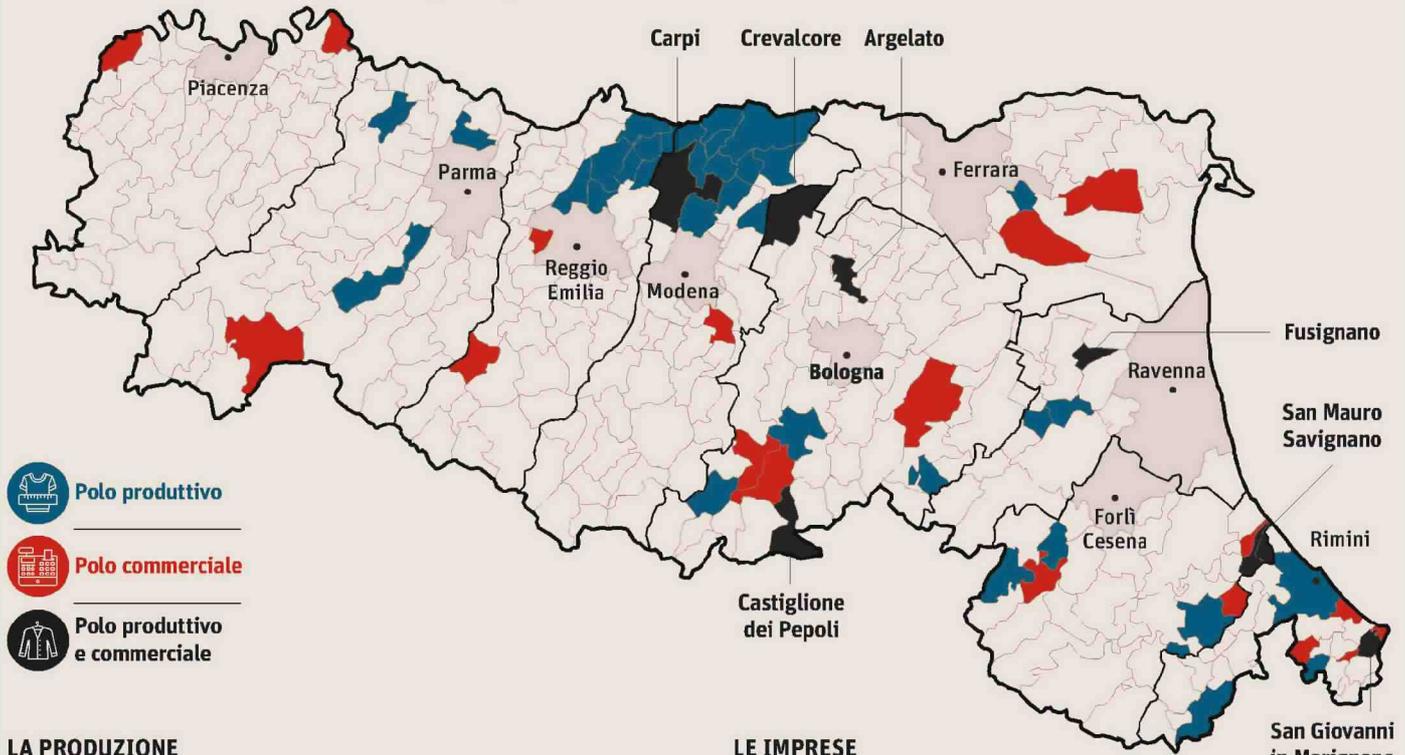
I DRIVER

Laboratori e archivi si aprono a giovani stilisti e designer per valorizzare il patrimonio di marchi e know-how e promuovere l'imprenditoria

La geografia del settore

I POLI DEL SISTEMA MODA

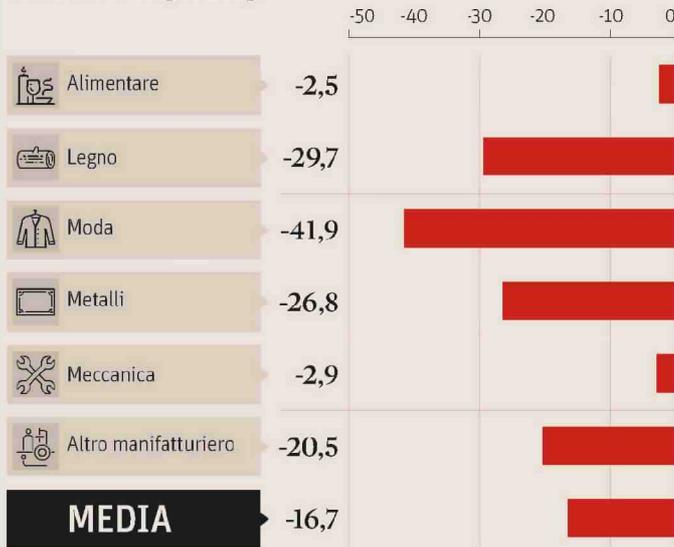
Rilevanza del sistema sul totale imprese e occupazione, anno 2015



-  **Polo produttivo**
-  **Polo commerciale**
-  **Polo produttivo e commerciale**

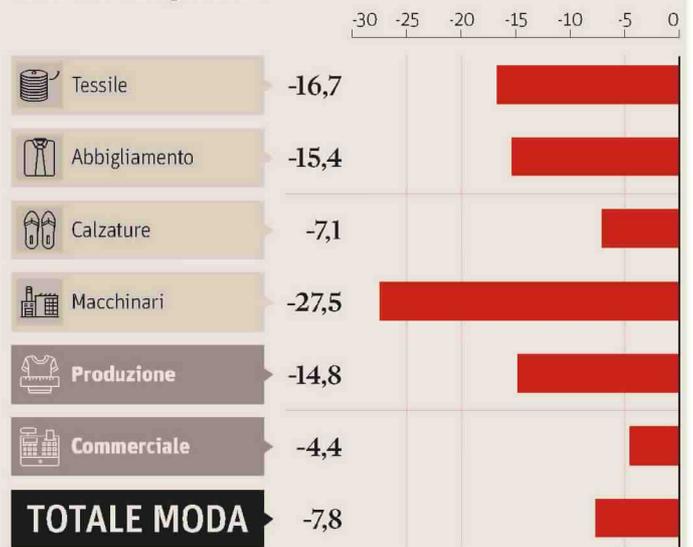
LA PRODUZIONE

Variazione % 2015 su 2003



LE IMPRESE

Variazione % 2015 su 2008



LA PAROLA
CHIAVE**Credito d'imposta**

- Con la definizione credito d'imposta si intende ogni genere di credito di cui sia titolare il contribuente nei confronti dello Stato, che può essere destinato a compensare i debiti, a diminuire le imposte dovute, oppure, quando ammesso, se ne può richiedere il rimborso. In questo contesto il credito d'imposta (bonus ricerca) è quello quinquennale, pari al 25 per cento delle spese incrementalmente sostenute in ricerca e innovazione.

