

INTRODUZIONE AL SETTORE MODA

Bisogna sfatare il concetto che il sistema della moda sia il regno del futile e dell'effimero, esso, oltre a rappresentare la seconda voce della nostra bilancia commerciale è una importantissima testa di ponte per tutte le nostre esportazioni all'estero.

Il mondo del 'bello e ben fatto' è infatti sinonimo di creatività, eccellenza produttiva, prodotto realizzato 'tailor made' sui bisogni del consumatore.

Quando i mercati del far east erano chiusi, sono stati i marchi di moda ad aprirli portando il messaggio positivo dell'Italian Way of Life.

A livello nazionale, grazie all'impegno degli ultimi due governi, è in corso un processo di coordinamento, associazione e fusione delle realtà fieristiche e associative che cerca di instaurare un approccio di sistema verso un mondo che è stato caratterizzato da una forte individualità. E' istituito infatti presso il Ministero dello Sviluppo Economico il Tavolo della Moda e dell'accessorio cui fanno parte tutte le più importanti realtà del settore oltre ai rappresentanti dei comuni di Milano, Firenze e Roma.

Quando parliamo di moda, dobbiamo pensarla nella sua accezione più allargata che comprende non solo abiti e accessori ma anche occhiali, cosmesi e gioielleria. Questi settori hanno in comune molto più elementi rispetto a quelli che li dividono.

Bisogna anche distinguere tra brand e sistema produttivo, nel secondo siamo i primi al mondo: quasi tutti i grandi marchi stranieri di alta gamma producono in Italia nei distretti per cui siamo giustamente famosi e in cui la Lombardia eccelle.

Il sistema moda allargato presente a Milano durante l'ultima fashion week (includente occhiali, gioielli beauty e concia e tessile) **fattura oltre 104 miliardi di euro di cui 64 (oltre il 50%) sui mercati esteri, impiegando circa 630.000 persone attraverso un sistema di 70.000 aziende.**

La **Lombardia** guida il sistema: solo nel tessile moda annovera infatti circa **8.897 imprese attive, corrispondenti al 19,1% del totale nazionale di settore, nonché al 9,2% del manifatturiero regionale.**

L'export di Tessile e Abbigliamento della Lombardia vale il 31,8% del nazionale pari a 9,3 miliardi di euro e un saldo attivo della bilancia commerciale di comparto pari a 2,7 miliardi di euro con una crescita nel 2016 del 3,9% superiore alla media nazionale.

La Lombardia vede in Milano il suo principale centro espositivo, una sorta di Entry Gate per il sistema moda italiano ma, forse in maniera pleonastica, sottolineiamo l'importanza industriale e occupazione dei distretti manifatturieri.

Ultima nota ma non meno importante: tradizionalmente guardiamo alla filiera moda dal tessile al prodotto finito dimenticandoci che **il vero 'monte di filiera' è la formazione e la creatività**. Il panorama è estremamente variegato e spazia dagli istituti tecnici a quelli di alta formazione, molti privati, alcuni pubblici.

IL PRINCIPIO DI INTERVENTO

Fino ad oggi, perlomeno a quanto mi risulta, poco è stato fatto per favorire **un approccio imprescindibile di sistema** al settore ad eccezione di qualche supporto al sistema formativo. La Regione è stata completamente assente dai progetti portati avanti dal Governo, con il coinvolgimento pieno dei comuni di Milano e Firenze.

Qualsiasi programma non può prescindere da una collaborazione con altre realtà territoriali e col Governo centrale per implementare le necessarie sinergie.

SPUNTI DI AZIONE

Il primo passo è un momento di ascolto con le principali realtà che operano sul territorio: Camera Nazionale della Moda, Sistema Moda Italia, Confindustria Moda, Piattaforma (il sistema che raggruppa le principali scuole di moda), Confartigianato per comprendere le criticità e le eccellenze da sviluppare.

LA FORMAZIONE: oltre ad essere l'area dove la Regione ha le maggiori possibilità di intervento, rappresenta il futuro della forza del sistema, solo coltivando, selezionando e trattenendo la creatività/competenze specializzate rimaniamo attrattivi, cool, desiderabili, la formazione va letta anche in chiave di 'industria creativa' per la capacità che ha di generare lavoro e consumi ma anche per l'autorevolezza che dà a un territorio.

L'istituzione di un tavolo permanente che riunisca le principali strutture formative con le rappresentanze artigiane e industriali del sistema lombardo sarebbe una iniziativa che favorirebbe una maggiore focalizzazione dell'intervento della Regione sul sistema con lo scopo di:

- Coordinare domanda/offerta formativa, sia a livelli tecnici che creativi
- Favorire l'emersione dei talenti del futuro

Per renderla efficace occorrerebbe la presenza di un paio di figure super partes che coprano la parte di 'immagine' e quella 'tecnico produttiva'.

IL MONITORAGGIO

Molti dei distretti del tessile a partire da quello Monza/Brianza sono ad alta trazione leghista. Occorre un'operazione, in armonia con le associazioni coinvolte, di **analisi per comprenderne il divario** rispetto, ad esempio, alla città di Milano.

LA PARTECIPAZIONE

Coprire quel vuoto di presenza della Regione nelle iniziative che riguardano la Moda. Può sembrare una banalità ma Regione Lombardia deve essere presente dove hanno luogo iniziative che parlano di Moda/Alto di Gamma. L'obiettivo è quello di **ridivenire un attore del Sistema**. Solo in questo modo può sentirne le necessità e attivarsi di conseguenza.

IDENTITA' E COMUNICAZIONE

Oltre alle attività di monitoraggio e partecipazione occorre che la **Regione Lombardia si renda protagonista di un evento dalla valenza internazionale che esalti le differenti creatività e professioni della moda**. Un appuntamento ricorrente annuale a cui il fashion system internazionale non possa mancare. La sede non dovrebbe essere Milano ma **un'altra località di grande charme della Lombardia**. Il modello potrebbe essere quello del Festival di Hyeres.

<http://villanoailles-hyeres.com/festival-2018/>

Più in generale ritengo che tutte le attività che la Regione Lombardia possa porre in essere nella Moda debbano sempre contemperare **industria/artigianato e immagine**. La moda vive di aspirazionalità anche nei comparti più inaspettati: non si tratta di futile e di effimero, si tratta di un fattore critico di successo.

L'eccellenza del nostro 'saper fare' è imprescindibile ma non sufficiente perché il **rischio di divenire 'terzisti di qualità' dei marchi stranieri** esiste e questo nel medio periodo potrebbe portare ad una marginalità del nostro Made in Italy.

GARANZIA DI ECCELLENZA

L'eccellenza è la nostra arena competitiva, creativa, produttiva, artigianale. La Regione Lombardia si deve dotare di figure consultive specializzate nel settore, che ne comprendano e ne parlino il linguaggio, in grado di valutare la rispondenza delle iniziative a criteri di standing internazionale.