

# TAVOLO REGIONALE PERMANENTE DELLA MODA



**PROGRAMMA DI LAVORO CONDIVISO  
2025/2029**



# IL TAVOLO REGIONALE PERMANENTE DELLA MODA

Il Tavolo regionale permanente della moda, istituito per rispondere alle richieste provenienti dal settore, nel triennio 2021/2024 ha consentito di mettere a terra una serie di azioni integrate sia in termini di molteplicità degli strumenti di intervento che nella tempistica di attivazione, con l'obiettivo di sostenere le imprese lungo tutta la filiera. Gli esiti di tali attività sono stati illustrati nel **"Report attività del Tavolo Regionale permanente della moda"** elaborato in collaborazione con ART-ER e con il Clust-ER Create e pubblicato alla pagina <https://imprese.regione.emilia-romagna.it/moda/homepage>.

Il documento quantifica i risultati conseguiti attraverso specifici indicatori, basandosi su **5 linee prioritarie di intervento**:



Questi i principali **esiti dell'azione regionale attivata attraverso il Tavolo moda** sulle 5 linee d'intervento, nel periodo luglio 2021- ottobre 2024:



## **Bandi e misure a supporto delle imprese**

L'entità dei contributi concessi nei quattro anni di attività del tavolo evidenzia che il settore della moda ha risposto positivamente alle **misure attivate per sostenere la competitività e l'innovazione del sistema regionale**. I principali **bandi** sono stati rivolti ad investimenti produttivi, transizione digitale, progetti di internazionalizzazione, sviluppo delle startup innovative, delle industrie culturali e creative, delle imprese femminili, dell'economia circolare, alla promozione dell'export, della ricerca e all'efficientamento energetico. Su 11 misure monitorate le imprese della moda hanno ottenuto contributi per **oltre 9,3 milioni di euro** con 184 progetti finanziati, riuscendo a mobilitare investimenti per quasi 23,9 milioni di euro.

## **Misure per la crescita delle competenze**

La definizione di **percorsi formativi e di sviluppo delle competenze** è considerata cruciale per garantire l'innovazione, la valorizzazione delle competenze artigianali, la riconversione delle professionalità obsolete all'interno delle imprese, supportandole nell'**affrontare la transizione ecologica e digitale** e nell'incrementare la propria competitività. Le misure attivate hanno riguardato la revisione del **repertorio regionale delle qualifiche**, una ricerca sull'anticipazione **dei fabbisogni professionali e di competenze** per la doppia transizione, la formazione per il **reskilling e l'upskilling delle competenze** con il programma GOL, il finanziamento di percorsi di formazione tecnica superiore. Complessivamente sono stati messi a disposizione quasi **1,9 milioni di euro**.

## **Economia circolare e sostenibilità, partecipazione a tavoli istituzionali e reti**

Le azioni attivate con riferimento a **sostenibilità, economia circolare e rappresentanza** della moda emiliano-romagnola **in tavoli istituzionali e partenariati a diversi livelli**, dal locale a quello europeo, hanno contribuito a valorizzare buone pratiche, sviluppare accordi di collaborazione e nuove progettualità, coinvolgere importanti imprese, cogliere interessanti opportunità per il sostegno del settore e/o per migliorare la visibilità delle realtà regionali.

## **Matching di ecosistema**

La volontà di **rafforzare i legami tra il mondo delle imprese e quello della ricerca** anche attraverso la collaborazione con l'ecosistema regionale dell'innovazione, ha consentito di: stimolare nuove progettualità da candidare sui bandi europei, nazionali e regionali, mappare soluzioni innovative per il sistema moda proposte dai laboratori della rete alta tecnologia (**22 laboratori/centri dell'innovazione mappati e 32 progetti di ricerca segnalati**), organizzare eventi di approfondimento e confronto (**3 workshop all'interno della manifestazione R2B**) nonché di attivare sfide attraverso la community regionale di open innovation EROI (**4 sfide lanciate, 9 proposte di soluzione individuate**).

## IL SISTEMA MODA IN EMILIA-ROMAGNA

La nostra regione ha ancora oggi una grossa influenza sul panorama complessivo della moda italiana. Sono oltre **15.000 le aziende attive** riferite alla totalità delle imprese che fanno capo alla filiera della moda comprendendo la manifattura relativa a tessile, abbigliamento pelletteria, accessori, il commercio e il design specializzato. Un patrimonio importante, che **dà occupazione ad oltre 65.000 persone**, e che è da salvaguardare in quanto espressione di alcuni dei saperi artigiani che rendono speciale la nostra manifattura e più in generale il Made in Italy.

SETTORE	ATECO	DESCRIZIONE	2021		GENN. 2025		VARIAZIONE 2021/2025	
			IMPRESSE	OCCUPATI	IMPRESSE	OCCUPATI	IMPRESSE	OCCUPATI
MANIFATTURA	C 13	INDUSTRIE TESSILI	1.064	6.278	1.015	5.656	-5%	-10%
	C 14	CONFEZIONI DI ARTICOLI DI ABBIGLIAMENTO	4.306	24.515	4.069	20.378	-6%	-17%
	C 15	FABBRICAZIONE DI ARTICOLI IN PELLE E SIMILI	794	7.893	788	6.814	-1%	-14%
	C 3211 C 3212 C 3213	GIOIELLERIA BIGIOTTERIA - OREFICERIA - ACCESSORI	464	1.967	491	2.410	6%	23%
		<b>TOTALE</b>	<b>6.628</b>	<b>39.653</b>	<b>6.363</b>	<b>35.258</b>	<b>-4%</b>	<b>-11%</b>
COMMERCIO	G 4641	COMMERCIO ALL'INGROSSO PRODOTTI TESSILI	217	945	207	753	-5%	-20%
	G 4642	COMMERCIO ALL'INGROSSO DI ABBIGLIAMENTO E CALZATURE	1.190	6.595	1.146	4.171	-4%	-37%
	G 4771	COMMERCIO AL DETTAGLIO ARTICOLI DI ABBIGLIAMENTO	4.620	13.843	4.439	15.936	-4%	15%
	G 4772	COMMERCIO AL DETTAGLIO CALZATURE	910	3.142	872	3.130	-4%	0%
		<b>TOTALE</b>	<b>6.937</b>	<b>23.525</b>	<b>6.664</b>	<b>23.990</b>	<b>-4%</b>	<b>2%</b>
DESIGN	M 741	ATTIVITA' DI DESIGN SPECIALIZZATE	2.083	5.061	2.234	6.188	7%	22%
		<b>TOTALE</b>	<b>2.083</b>	<b>5.061</b>	<b>2.234</b>	<b>6.188</b>	<b>7%</b>	<b>22%</b>
<b>TOTALE COMPLESSIVO</b>			<b>15.648</b>	<b>68.239</b>	<b>15.261</b>	<b>65.436</b>	<b>-2%</b>	<b>-4%</b>

Se da una parte tali attività sono distribuite su tutto il territorio, dall'altra parte è possibile riconoscere alcune aree con vocazioni particolari quali i **distretti produttivi specializzati del tessile/maglieria di Carpi e quello per la pelletteria e le calzature dell'area di San Mauro Pascoli**, ma anche altri poli, quali ad esempio il **Centergross** che promuove il modello del pronto moda, altre realtà localizzate nella provincia di Bologna (con, a titolo di esempio Piquadro e Furla), nel riminese (con Aeffe e Teddy) e nell'area tra Parma e Reggio Emilia (con Max Mara) e nel ferrarese con importanti aziende che lavorano come fornitori per grandi marchi francesi (Della Rovere, Famar).

#### PRINCIPALI SPECIALIZZAZIONI



Tessile e abbigliamento



Scarpe e pelletteria



Un sistema caratterizzato da una **netta prevalenza di imprese medio/piccole e anche micro, affiancate da alcuni importanti grandi marchi della moda italiana** che in alcuni casi fungono da capo filiera delle aziende locali che lavorano come fornitori, ma che in altri casi ormai sono scollegate dal contesto territoriale avendo delocalizzato molte delle produzioni nelle aree asiatiche, lasciando di fatto nelle sedi regionali attività di servizio quali l'ideazione e il marketing. Un tessuto ancora molto parcellizzato, che ha bisogno di essere consolidato per assicurare prospettive al comparto e dargli la forza per affrontare le sfide della transizione digitale ed ecologica che chiedono notevoli sforzi su tracciabilità, passaporto digitale, nuovi materiali.

Di seguito si riportano le denominazioni sociali delle **59 imprese più rilevanti a livello regionale**, selezionate sulla base del fatturato (superiore a 20 milioni di euro). Tali realtà creano complessivamente ricavi per quasi 7,3 miliardi di euro e occupano oltre 5.500 lavoratori.

	Azienda	Provincia	Dipendenti 2022/2023
1	MAX MARA S.R.L.	RE	893
2	TEDDY - S.P.A.	RN	2425
3	CHAMPION EUROPE SRL	MO	507
4	EXELITE S.P.A.	MO	863
5	DEDIMAX S.R.L.	RE	902
6	FURLA - S.P.A.	BO	944
7	SPORTSWEAR COMPANY S.P.A.	BO	227
8	CRIS CONF. S.P.A.	PR	572

	Azienda	Provincia	Dipendenti 2022/2023
9	DIFFUSIONE TESSILE S.R.L.	RE	702
10	MAXIMA S.R.L.	RE	674
11	TWINSET S.P.A.	MO	846
12	PIQUADRO S.P.A.	BO	1039
13	BETTY BLUE S.P.A.	BO	258
14	POLLINI S.P.A.	FC	203
15	IMAX - S.R.L.	RE	194
16	MACRON S.P.A.	BO	175

	Azienda	Provincia	Dipendenti 2022/2023
17	VULCAFLEX SPA	RA	500
18	IMPERIAL S.P.A.	BO	273
19	WOOLRICH EUROPE S.P.A.	BO	287
20	MARINA RINALDI S.R.L.	RE	131
21	GIANVITO ROSSI S.R.L.	FC	189
22	CAMACARTI GRAFICHE S.R.L.	FC	120
23	COCCINELLE S.P.A.	PR	266
24	GAUDI' TRADE S.P.A.	MO	159
25	MILLEFILI S.P.A.	MO	108
26	GRUPPO PRITELLI S.R.L.	RN	120
27	GIUSEPPE ZANOTTI S.P.A.	FC	318
28	CERVE SOCIETA' PER AZIONI	PR	367
29	ERREA' SPORT S.P.A.	PR	139
30	O' S.R.L.	PR	60
31	MOSCHINO S.P.A.	RN	150
32	STONE ISLAND DISTRIBUTION	BO	0
33	ID KIDS ITALY S.R.L.	BO	460
34	ABRAHAM INDUSTRIES S.R.L.	RN	163
35	SCOUT S.R.L.	BO	293
36	MANIFATTURA BERLUTI S.R.L.	FE	366
37	SEI DUE SEI S.R.L.	PC	20
38	BRAMA SRL	MO	35
39	W.P. LAVORI IN CORSO S.R.L.	BO	92
40	CADICAGROUP S.R.L.	MO	140

	Azienda	Provincia	Dipendenti 2022/2023
41	GRUPPO DONDI S.P.A.	MO	147
42	GILMAR DIVISIONE INDUSTRIA S.P.A.	RN	290
43	M.K.C. GROUP SRL	RE	12
44	SLAM JAM S.R.L.	FE	95
45	SERGIO ROSSI SPA	FC	283
46	BALDININI - S.R.L.	FC	174
47	BESTSELLER STORES ITALY S.R.L.	BO	235
48	SUSY MIX S.R.L.	FC	50
49	MINARDI PIUME S.R.L.	RA	70
50	AESSE PROJECTS S.R.L.	RN	102
51	SOCIETA' MANIFATTURA TESSILE S.R.L.	RE	127
52	RAFFAELE CARUSO S.P.A.	PR	458
53	SAMARCANDA S.P.A.	RA	176
54	AEFFE RETAIL S.P.A.	RN	1342
55	FILATURA PAPI FABIO S.P.A.	BO	66
56	CALZATURIFICIO CASADEI S.P.A.	FC	148
57	KAOS S.P.A.	BO	51
58	KONTATTO SRL	BO	57
59	BLUFIN S.P.A.	MO	80

# UNA NUOVA STRATEGIA PER IL SETTORE CONDIVISA CON IL TAVOLO PERMANENTE DELLA MODA

Ora, all'inizio di questa nuova fase di attività, insieme ai componenti del Tavolo Regionale permanente della moda è necessario fare un passo avanti: forti dell'esperienza già maturata, si intende **definire un programma condiviso, una vera e propria strategia in grado di orientare le politiche industriali del settore moda in Emilia-Romagna, con una duplice finalità: aiutare il settore ad uscire dalla crisi e contestualmente rilanciarlo, avviando un processo di transizione sostenibile che coinvolga tutti gli operatori del comparto (dalla progettazione, alla manifattura, alla commercializzazione/vendita e al fine vita) e che sia allineato alle politiche settoriali, alle normative europee nonché alle esigenze di valorizzazione delle nostre imprese.**

Questi i cardini su cui si basa la nuova strategia:

- **raggiungere al 2030 attraverso una innovazione dei modelli di produzione, commercializzazione ed uso** che metta al primo posto la sostenibilità;
- **salvaguardare le competenze e il tessuto imprenditoriale** esistente;
- sviluppare una **filiera concentrata** in più possibile **in Europa** con un **rafforzamento del Made in Italy**;
- **consolidare l'internazionalizzazione** delle imprese regionali anche aprendosi a nuovi mercati;
- **potenziare tutti i canali di vendita**, dall'e-commerce ai negozi di vicinato.

Per implementare in modo efficace le varie linee di sviluppo del programma condiviso, **il tavolo della moda potrà organizzarsi in sottogruppi tematici**. Ogni sottogruppo sarà coordinato da un soggetto appartenente al tavolo stesso e composto dai soggetti maggiormente coinvolti ed interessati, in relazione ai temi trattati.

I sottogruppi relazionano periodicamente gli esiti delle proprie attività al Tavolo moda in occasione degli incontri plenari.

## 1. **Traguardare al 2030, in direzione della moda sostenibile**

Per conservare la propria competitività sui mercati, è necessario che le imprese regionali puntino all'**innovazione dell'intero processo produttivo**, così da conseguire cambiamenti concreti e duraturi.

La riduzione degli impatti ambientali della moda non può più essere rinviata: occorre quindi dedicare sempre più spazio a **ecoprogettazione, materiali innovativi, nuovi modelli di business** che privilegino pratiche di **economia circolare** allungando il ciclo di vita dei prodotti

e favorendo il riciclo dei materiali. **L'utilizzo di tecnologie digitali** ha un ruolo rilevante in questo processo favorendo l'efficienza della produzione e la riduzione degli sprechi.

Nello sviluppo di questa transizione verso il 2030, i riferimenti sono, oltre ai documenti programmatici e di pianificazione regionale, i diversi atti normativi e di indirizzo emanati dalla Commissione Europea per guidare il settore verso sostenibilità e tracciabilità dei prodotti: la [Strategia sul Tessile Circolare e Sostenibile](#) che mira a rendere i **prodotti tessili più durevoli, riparabili e riciclabili**, riducendo l'uso di materiali non riciclabili e di conseguenza l'impatto ambientale del settore; il [Regolamento sull'ecodesign](#), che introduce specifiche di progettazione vincolanti, **vieta la distruzione dell'invenduto**, stabilisce i requisiti per la **tracciabilità dei prodotti**, promuove la **responsabilità estesa del produttore**, incentiva il **riutilizzo** e il **riciclaggio dei rifiuti tessili**. Un altro obiettivo verso cui andare è l'applicazione del [Passaporto Digitale del Prodotto](#) che fornisce informazioni trasparenti e affidabili sui prodotti tessili, consentendo ai consumatori di fare scelte più consapevoli ed alle aziende di sviluppare una governance in linea con quanto richiesto da altri provvedimenti europei quali la [Corporate Sustainability Reporting Directive \(CSRD\)](#) e la [Corporate Sustainability Due Diligence Directive \(CSDDD\)](#).

Per favorire questi processi la Regione, anche con il supporto di ART-ER, continuerà a promuovere idonei strumenti, quali ad esempio i **bandi del Programma FESR 2021/2027 a favore della transizione digitale, dell'economia circolare e per il sostegno dei progetti di ricerca** proposti dalle imprese. Tra le iniziative a favore dell'Economia circolare rientrano altresì le attività del ["Coordinamento permanente sottoprodotti"](#). Inoltre, con il prossimo Piano di gestione dei rifiuti la Regione evidenzierà la propria strategia in materia di rifiuti tessili che vedrà il coinvolgimento dei diversi stakeholder.

Sarà attivato altresì un **dialogo con le imprese che si occupano del trattamento dei rifiuti**, in primis le multiutility, per una discussione complessiva sul sistema moda, con l'obiettivo di identificare le azioni più idonee da intraprendere per favorire il riciclo dei rifiuti tessili pre e post-consumo, anche in previsione dell'entrata in vigore del divieto di distruzione dell'invenduto.

Al fine di supportare ulteriormente le piccole e medie imprese nel sostenere gli investimenti richiesti per la sostenibilità, insieme agli attori del sistema regionale si lavorerà per:

- individuare eventuali strumenti finanziari che possano **anticipare alle aziende moda le risorse finanziarie necessarie per aderire ai bandi**, coinvolgendo sia il sistema istituzionale che quello bancario;
- valutare la disponibilità di **centri specialistici di servizi** per la sostenibilità nella moda, potenzialmente estendibili ad altri settori, ovvero di figure come **il Temporary Manager della sostenibilità**;
- verificare, tramite indagini e benchmark condivisi, gli standard procedurali e digitali emergenti, individuando **le migliori opportunità per le PMI e semplificando i processi**, contrastando la moltiplicazione di piattaforme e di documentazioni richieste;
- Favorire occasioni di dialogo continuativo tra Università, Centri di Ricerca e imprese sui temi dei nuovi materiali, dei modelli di business e dell'innovazione nei mercati, per formare gli imprenditori e orientare le imprese rispetto ai cambiamenti in atto.

## 2. Salvaguardare le competenze e il tessuto imprenditoriale esistente

Anche in questo momento di difficoltà la manifattura regionale legata alla moda non può permettersi di perdere imprese e lavoratori, per preservare le competenze e le professionalità che caratterizzano il sistema emiliano-romagnolo e che, in un'auspicata ripresa delle produzioni, le aziende non avrebbero più a disposizione. La Regione continuerà pertanto a sostenerle nell'affrontare le difficoltà legate ad un mercato in continua evoluzione, colpito da ripetute crisi, anche **facendoci parte attiva nei confronti del Governo affinché metta in atto tutte le misure ordinarie e straordinarie necessarie**.

Insieme al mondo della formazione e alle Università si continuerà a lavorare per **arricchire e ad innovare l'offerta formativa** rivolta sia alle persone già inserite in azienda sia a nuove figure in grado di supportare le imprese nella doppia transizione digitale ed ecologica. In riferimento alle figure che operano nell'**ecodesign** si potranno effettuare approfondimenti sulle competenze necessarie, le specializzazioni richieste, le professionalità che si stanno generando in questo campo che è in grande crescita.

Si valuteranno nuovi percorsi e **competenze per le certificazioni** nel campo digitale e verde e **per l'applicazione degli standard ESG**, con l'obiettivo di ritagliarsi un ruolo centrale nell'attuazione delle politiche nazionali sul Made In Italy.

Con riferimento ai profili specifici che l'attuale crisi di mercato rischia di disperdere e alle "competenze rare" che l'esternalizzazione ha compromesso, attraverso la collaborazione con gli stakeholder che detengono le informazioni si potrà procedere:

- al monitoraggio dei profili più e meno ricercati dal mondo del lavoro;
- alla mappatura dei programmi formativi che creano tali competenze;

In caso di imprese di piccole dimensioni in chiusura, che non accedono ai tavoli di crisi, si cercherà di **tracciare il reimpiego del personale e delle relative competenze** anche al fine dell'individuazione di eventuali percorsi di trasformazione ed upskilling delle competenze.

Si valuterà altresì l'attivazione di percorsi formativi per **rafforzare le competenze manageriali e operative** nonché per sostenere le competenze necessarie in caso di passaggio generazionale.

Occorrerà lavorare per **rafforzare il rapporto tra imprese, formazione e istruzione, anche attraverso tirocini e laboratori utili a formare i giovani e a facilitarne l'ingresso nel settore**.

Si punterà inoltre allo sviluppo di una **narrazione** che renda più attrattive le imprese del settore moda regionale, al di là dei grandi brand già noti, **promuovendo la passione per l'artigianalità e il saper fare manuale** soprattutto tra i giovani.

## 3. Sviluppare una filiera concentrata il più possibile in Europa con un rafforzamento del Made in Italy

L'eccesso di globalizzazione nel settore della moda porta con sé molti limiti e contraddizioni, tra cui l'esportazione di danni sociali ed ambientali di cui spesso non si ha piena consapevolezza. Anche in risposta a tali criticità, occorrerà individuare misure in grado di

favorire un **accorciamento della catena di fornitura**. La ricerca condotta insieme ad UNIBO e ad ENEA sulla catena del valore delle principali imprese moda con sede legale in Emilia-Romagna, sta evidenziando che gran parte dei fornitori, soprattutto nell'abbigliamento, sono localizzati in paesi extraeuropei. Riportare quante più lavorazioni possibili in Europa, in Italia e in Emilia-Romagna significa ridurre la dipendenza dai paesi extraeuropei e **contrastare i rischi legati ai mutamenti degli equilibri geopolitici** che condizionano le direttrici sia degli approvvigionamenti che dei mercati di sbocco dei prodotti. Un cambiamento dei modelli produttivi che non implica una chiusura, ma al contrario una maggiore valorizzazione del prodotto italiano nel mondo.

L'accorciamento delle catene di fornitura deve andare nella direzione dell'innovazione e della sostenibilità, attraverso veri e propri **cambiamenti strutturali** che potranno essere conseguiti solo attraverso **azioni di filiera che coinvolgano l'intera catena del valore**, dai fornitori ai consumatori finali, fino al fine vita dei beni. Per questo si dovrà lavorare per **portare le piccole imprese dentro un patto di filiera con i grandi marchi**, operando una ricucitura della catena di fornitura basata su **tracciabilità e trasparenza di processo e di prodotto** dove un ruolo rilevante sarà svolto dall'**acquisizione delle certificazioni di qualità**. Su questi aspetti, insieme ai componenti del tavolo potranno essere identificate buone pratiche e realizzate sperimentazioni concrete.

Per contribuire al **rafforzamento del modello del Made in Italy** si collaborerà con il ministero e con le altre Regioni italiane in cui il settore moda è molto sviluppato come Toscana, Lombardia, Piemonte, Campania, Marche, ci si relazionerà con gli altri tavoli regionali e con le iniziative a livello nazionale ed europeo. Con il contributo di questi attori si potrà lavorare, tra l'altro, a condividere gli elementi distintivi del Made in Italy e a sostenerlo, anche attraverso specifiche campagne di comunicazione rivolte ai consumatori, come brand di qualità, competenza, bellezza e stile, individuando eventuali standard di base che accomuni le diverse produzioni regionali.

Per allargare gli orizzonti **si guarderà con più attenzione all'Europa**, là dove vengono definite le norme europee del Settore e attivate le politiche industriali di investimento. Lo si farà attraverso la **partecipazione a iniziative e reti europee**, sia **interagendo con il livello politico/istituzionale** per portare il punto di vista e le opportunità offerte dalle imprese emiliano romagnole e dal modello del Made in Italy. In questo compito saremo coadiuvati da ART-ER, dal Clust-ER Create e da Enea che è entrato di recente a far parte del Tavolo moda regionale, portando la sua esperienza e le competenze tecniche sul processo di transizione sostenibile della moda, nonché la partecipazione a diverse iniziative di networking e progetti a livello nazionale ed europeo.

#### **4. Consolidare l'internazionalizzazione delle imprese regionali anche aprendosi a nuovi mercati**

All'interno della strategia complessiva sul sistema moda è fondamentale **puntare su una diversificazione dei mercati internazionali** con l'obiettivo di favorire la competitività delle imprese e difendere l'occupazione, anche in risposta alle ripetute crisi geo-politiche e alle criticità emerse a seguito dei dazi imposti dagli USA.

La Regione continuerà a sostenere le imprese emiliano romagnole attraverso il **finanziamento di progetti** in grado di **favorire l'accesso a nuovi mercati e a nuovi canali di vendita**, sia per le aziende a marchio proprio che per quelle con competenze specifiche di filiera, rafforzando la funzione del commercio estero all'interno delle aziende e la partecipazione ad eventi fieristici di livello internazionale. Si studierà, insieme ai portatori d'interesse, la possibilità di mettere a sistema le iniziative già attivate da università, centri di ricerca, cluster ed associazioni per individuare scenari attuali e prospettici che orientino le imprese verso nuovi mercati, nonché di aprire nuove opportunità attraverso missioni regionali in coordinamento con Regione, ICE e MAECI.

## **5. Potenziare tutti i canali di vendita, dall'e-commerce ai negozi di vicinato**

I cambiamenti nelle abitudini di acquisto dei consumatori impongono alle aziende un impegno continuo **nell'adattarsi alle nuove richieste del mercato** individuando **approcci innovativi e nuovi sbocchi per le vendite**.

Si intende attivare, in collaborazione con le associazioni di categoria del commercio e del turismo, una indagine specifica per analizzare **cosa sta avvenendo nella cultura degli acquisti**, sia rispetto ai punti vendita della grande distribuzione sia ai negozi di prossimità. È fondamentale capire come le giovani generazioni percepiscono l'acquisto di abbigliamento e accessori: ormai anche il lusso deve fare i conti con un cambiamento di mentalità, in cui l'abito, la calzatura firmata non rappresenta più uno status symbol, ma conta molto di più l'esperienza. **È necessario che le attività commerciali si aprano all'innovazione**, che non riguarda solo utilizzo del digitale ma anche i servizi offerti, con uno sguardo a iniziative coerenti con la sostenibilità della moda, in grado di fare la differenza rispetto alla concorrenza del web.

## **STRUMENTI GIÀ ATTIVI CHE CONTRIBUISCONO ALLA DEFINIZIONE E ATTUAZIONE DELLA STRATEGIA**

Nella definizione e attuazione di questa strategia condivisa è fondamentale **il contributo delle imprese e degli altri portatori d'interesse sia a livello regionale sia a livello nazionale ed Europeo**, da acquisire anche attraverso opportunità e strumenti già attivi quali:

- **IL PROGETTO DI RICERCA SULLE FILIERE PRODUTTIVE DELLA MODA** in Emilia-Romagna promosso dalla Regione con il coinvolgimento del Tavolo moda e realizzato con il dipartimento di Scienze aziendali dell'Università di Bologna e il Dipartimento di sostenibilità dei sistemi produttivi e territoriali di ENEA. La ricerca analizza le pratiche di economia circolare e la strutturazione della supply chain delle imprese emiliano-romagnole più rilevanti del settore. Lo studio, a cui hanno già aderito importanti brand emiliano-romagnoli, **sta mettendo in evidenza le dinamiche attuali del sistema moda, con particolare riferimento alla lunghezza delle catene di fornitura, alla localizzazione dei fornitori e alle pratiche di sostenibilità attivate dalle imprese**. Il progetto sarà ulteriormente sviluppato con approfondimenti sugli aspetti più rilevanti evidenziati e sarà il punto di partenza per **l'individuazione delle fasi della catena del**

**valore che più facilmente potranno essere rilocalizzate** in Emilia-Romagna, in Italia o in Europa;

- **LA PARTECIPAZIONE ALLA PARTNERSHIP EUROPEA [SMART REGIONAL INVESTMENT IN TEXTILE INNOVATION](#)**, che supporta le autorità regionali nelle misure per l'innovazione del settore moda anche mediante un utilizzo più efficiente dei fondi europei. La partnership, a cui la Regione partecipa attraverso il coinvolgimento di ART-ER, collabora con i principali stakeholders europei per uniformare le competenze, condividere le priorità di investimento e l'offerta di servizi specifici, influenzare lo sviluppo delle politiche europee;
- **LA CONNESSIONE CON IL PARTENARIATO EUROPEO “[TEXTILES FOR THE FUTURE](#)”**, attraverso la partecipazione del CLUST-ER CREATE. Questo nuovo partenariato europeo, cofinanziato dalla Commissione Europea, è al centro del Piano Strategico Horizon Europe 2025-2027, che affronta la transizione verde e digitale per un'Europa più resiliente, competitiva, inclusiva e democratica. Si tratta di un think tank che ha sviluppato l'Agenda Strategica per la Ricerca e l'Innovazione (SRIA) e che guiderà i bandi dedicati nell'ambito del Cluster 4 del programma Horizon Europe tra il 2025 e il 2027;
- **IL PROGETTO [JUST FASHION](#)**, co-finanziato dal programma Horizon Europe con oltre 30 milioni di Euro, che si propone di **accelerare la sostenibilità nel settore della moda**, supportando le PMI; ART-ER è partner del progetto. Tra le misure previste rientra lo **sviluppo di interventi e strumenti** per micro e piccole imprese che saranno testati attraverso **6 casi pilota** su diversi aspetti della circolarità: **fine vita, materiali, prototipazione a rifiuti zero, modelli di business circolari, tecniche di riciclo, trasparenza/tracciabilità**. Uno dei casi pilota si concretizzerà in **Emilia-Romagna**, grazie alla partecipazione dell'azienda carpigiana **Staff Jersey**;
- **IL PROGETTO [TCLF SKILLBRIDGE](#)** legato al Patto europeo per le competenze e cofinanziato dalla Commissione Europea supporta partenariati a livello locale nell'intraprendere azioni concrete per il miglioramento e la riqualificazione delle competenze, per adeguarle ai progressi tecnologici e alle esigenze di sostenibilità. L'Emilia-Romagna è stata identificata come regione rilevante per il settore e a breve saranno attivate iniziative per l'adesione al progetto come partenariato formato dai componenti del Tavolo moda regionale;
- **LABORATORI TERRITORIALI PER L'INNOVAZIONE E LA SOSTENIBILITÀ DELLE IMPRESE**. L'iniziativa, finanziata dalla Regione attraverso bandi biennali, dal 2020 ha sostenuto lo sviluppo di azioni per la sostenibilità nella moda. **Attualmente sono 3 i laboratori territoriali finanziati sul biennio 2024/2025 che stanno lavorando** su progetti rilevanti per l'innovazione nel settore sulla moda, guidati dagli enti locali in collaborazione con i Clust-ER, i Centri per l'innovazione della Rete alta tecnologia ed Enti di formazione e ricerca, nello specifico:
  - o **le imprese del Centergross**, sotto la guida dalla Città Metropolitana di Bologna e del Clust-ER Create hanno avviato un percorso per la sostenibilità del pronto moda, puntando su tracciabilità del prodotto e qualità del lavoro. Il progetto prevede l'individuazione di strumenti e criteri condivisi, quali filiera corta, circolarità, impronta ambientale di prodotto, evidenza dei prodotti chimici,

qualificazione sociale ed etica. Questi costituiranno la base di future azioni quali l'adozione del Passaporto Digitale di Prodotto per tracciare la catena del valore sostenibile delle aziende localizzate al Centergross;

- **il distretto calzaturiero** coordinato dal Comune di **San Mauro Pascoli** e dal Cercal sta sperimentando azioni innovative in direzione dell'economia circolare, sostenendo lo studio di soluzioni per la valorizzazione degli scarti di pellame e supportando le imprese nella raccolta strutturata di dati e informazioni necessarie per dare continuità e incrementare le strategie di mitigazione degli impatti identificate attraverso il tool sulla circolarità che è stato applicato sperimentalmente ad alcune realtà del distretto;
- il Laboratorio guidato **dall'Unione Terre d'Argine** con la collaborazione del Clust-ER Create sta supportando il percorso verso la sostenibilità e la circolarità delle **imprese del distretto tessile di Carpi** attraverso l'avvio di una azione di sistema che, compensando interessi pubblici e privati, consenta di catalizzare investimenti e competenze per nuovi laboratori di ricerca e nuovi impianti industriali finalizzati alla sperimentazione di filati innovativi per l'alto di gamma da fibre naturali e riciclate.