



Regione Lombardia

LA GIUNTA

DELIBERAZIONE N° X / 2435

Seduta del 26/09/2014

Presidente **ROBERTO MARONI**

Assessori regionali MARIO MANTOVANI *Vice Presidente*
VALENTINA APREA
VIVIANA BECCALOSSI
SIMONA BORDONALI
PAOLA BULBARELLI
MARIA CRISTINA CANTU'
CRISTINA CAPPELLINI

ALBERTO CAVALLI
GIOVANNI FAVA
MASSIMO GARAVAGLIA
MARIO MELAZZINI
MAURO PAROLINI
ANTONIO ROSSI
CLAUDIA TERZI

Con l'assistenza del Segretario Fabrizio De Vecchi

Oggetto

PRESA D'ATTO DELLA COMUNICAZIONE DELL'ASSESSORE PAROLINI AVENTE OGGETTO: "PIANO D'AZIONE PER LA MODA E IL DESIGN 2014-2015."

L'atto si compone di 8 pagine

di cui 6 pagine di allegati

parte integrante



Regione Lombardia
LA GIUNTA

VISTA la comunicazione dell'Assessore Parolini avente oggetto: "PIANO D'AZIONE PER LA MODA E IL DESIGN 2014-2015.";

RICHIAMATO il comma 4 dell'art. 8 del Regolamento di funzionamento delle sedute della Giunta regionale, approvato con DGR 29.12.2010 n. 1141;

All'unanimità dei voti, espressi nelle forme di legge;

DELIBERA

1. di prendere atto della comunicazione sopracitata, allegata alla presente deliberazione, quale parte integrante e sostanziale;
2. di dare atto che il responsabile del procedimento è il Direttore della Direzione Generale Commercio, Turismo e Terziario Danilo Piercarlo Maiocchi.

IL SEGRETARIO
FABRIZIO DE VECCHI



Regione Lombardia LA GIUNTA

COMUNICAZIONE DELL'ASSESSORE MAURO PAROLINI ALLA GIUNTA NELLA SEDUTA DEL 26 SETTEMBRE 2014

OGGETTO: PIANO D'AZIONE PER LA MODA E IL DESIGN 2014-2015.

Premessa

Il Programma Regionale di Sviluppo della X Legislatura, nell'ambito delle linee di intervento per lo sviluppo economico e la competitività, pone particolare importanza e **centralità a settori emergenti del terziario legati al design, alla moda, all'innovazione e alla diffusione di nuove tecnologie** che costituiscono un punto di forza e di eccellenza del **Made in Italy/Lombardy** e quindi un fertile terreno di rilancio dell'economia lombarda e dell'occupazione.

Oggi, **la moda lombarda**, con 35.000 imprese (suddivise in 15.000 nel manifatturiero, 16.000 nel commercio al dettaglio e all'ingrosso e 4.000 nel fashion design) e oltre 230.000 addetti è un settore che, con tutta la sua filiera, rappresenta **un'eccellenza riconosciuta in tutto il mondo** per innovatività e qualità, costruite storicamente sullo stretto legame tra produzione di qualità, creatività e shopping. Tra l'altro ciò è testimoniato dal rilevante ruolo assunto negli anni dal capoluogo lombardo con:

- ✓ il primato su base regionale per numero di imprese ed export e su base nazionale per numero di addetti e imprese creative di fashion design specializzato;
- ✓ il numero di presenze e i ricavi delle imprese del settore alberghiero di Milano e Provincia (8 mln di €) durante la settimana della moda milanese.

Alla stessa stregua, **il design in Lombardia** rappresenta uno dei settori economici più rilevanti per numero di occupati e valore aggiunto prodotto, un **pilastro importante dell'economia e dell'identità regionale**: un'impresa italiana su quattro specializzata in attività di design si trova in Lombardia; più del 40% del totale nazionale dei designer operano in Lombardia e circa 10.000 studenti sono iscritti

alle sette principali scuole di design a Milano. Inoltre la settimana del design del Salone del Mobile e dei numerosi e stimolanti eventi del Fuorisalone dimostrano di fatto che la comunità internazionale è fortemente attratta dalla capacità creativa del nostro territorio.

Entrambi i settori sono poi caratterizzati da un asset strategico rappresentato da **attori del mondo formativo, associativo e istituzionale che in partnership** lavorano congiuntamente allo sviluppo dei luoghi e dei territori in cui **la creatività gioca un ruolo rilevante**.

Il contesto economico

Il perdurare della crisi economica, tuttavia, con la riduzione dei consumi, la pressione fiscale e il caro-affitti, ha messo fortemente in difficoltà la crescita del settore moda, tanto che nei primi due mesi del 2014, **quasi una cessazione su quattro nel commercio è un negozio di abbigliamento**, con un saldo negativo di 2.342 unità. A fronte di una contrazione interna dei consumi, **il settore resiste rilanciando le vendite sui mercati esteri**, soprattutto quelle verso i Paesi extraeuropei: **i dati del primo semestre del 2014 indicano un incremento dell'export dell'1,7 per cento** rispetto allo stesso periodo 2013.

Malgrado si rilevi un forte ritardo in ambito digitale e l'eccellenza italiana sia ancora poco presente sul web (solo il 34% delle PMI ha un proprio sito internet e solo il 13% lo utilizza per fare e-commerce), nell'e-commerce si rileva che attualmente **il 31,5% di fatturato delle esportazioni delle PMI che vendono Made in Italy arriva attraverso il canale on line** e che la domanda mondiale di prodotti Made in Italy è cresciuta del +4,1% nel corso del 2013. Inoltre, le ricerche su Google legate a prodotti del Made in Italy sono cresciute del 12%: la moda è la categoria più cercata.

Alla crisi del mercato, la nostra Regione e il nostro Paese rispondono in termini di creatività ed idee, con una cultura originale, unica e inconfondibile che li differenzia dal resto del mondo, che favorisce la creazione di prodotti originali e attraenti quindi più competitivi in un mercato uniformato dalla globalizzazione.

Puntare sulla creatività e sull'eccellenza lombarda della moda e del design agganciandola all'innovazione tecnologica in un'ottica strategica, significa dotare le imprese di strumenti per l'accesso e la competitività sui mercati esteri favorendo l'export che si conferma il motore della ripresa.

Non solo, dunque, occorre conservare il posizionamento lombardo e milanese legato all'economia della creatività, ma anche tendere a migliorarlo investendo in termini di risorse e adeguate politiche. **Moda e design generano ingenti indotti legati al turismo, commercio ed attrattività** e rivelano sul nostro territorio tracce evidenti e uniche dello stile lombardo e italiano; accrescerne la conoscenza all'estero diventa una chiave fondamentale per competere sui mercati internazionali. La creatività è una parte importante del nostro sistema economico ed ha bisogno di essere raccontata.

Per favorire l'innovazione, la contaminazione dei settori, la messa in cantiere di

progetti pubblico - privati significativi e lo sviluppo di network di impresa è **necessaria una regia** che tenga conto delle grandi trasformazioni in atto, della struttura dei mercati, della natura delle merci, delle pratiche del lavoro e dei nuovi orizzonti professionali, della riorganizzazione dei modelli di distribuzione e delle grandi trasformazioni a livello tecnologico in un'ottica strategica e strutturata.

Il Piano d'Azione moda e design 2014-2015

Il Piano d'azione si configura come lo strumento più idoneo ad abbracciare e sostenere **una serie di iniziative** in un **orizzonte temporale 2014-2015**, adottando soluzioni e azioni sistematiche e lungimiranti che rispondano via via alle necessità del mercato e che coinvolgano, a più livelli, gli attori e i possibili stakeholder per mettere a sistema o **creare partnership nuove che evadano i confini dei settori moda e design fino a contaminare altri comparti** (commercio, turismo, food, ecc.), **come fattore per lo sviluppo e la crescita di tutti i settori.**

Nel corso del 2015 si provvederà a una **prima valutazione** dei risultati conseguiti, estendendo eventualmente l'attuazione del Piano anche all'annualità 2016.

Per l'attuazione del piano è **previsto il coinvolgimento di partnership che assicurano un valore aggiunto agli interventi** intercettando gli stakeholder dei settori oggetto del Piano. A puro titolo d'esempio, si citano ADI – Associazione Design Industriale, Piattaforma Sistema Formativo Moda, FederlegnoArredo, ecc.

Con riferimento al **design**, Regione Lombardia ha già inaugurato una politica strategica con il programma integrato **“Design è”** promosso per il biennio 2014/2015 - in collaborazione con Comune di Milano, ADI – Associazione Design Industriale e FederlegnoArredo - con l'obiettivo di **valorizzare il design come strumento di attrattività** del territorio e di competitività per il sistema economico. Il programma si compone, infatti, di due iniziative:

- il Premio Compasso d'Oro, tenutosi nella primavera del 2014, dedicato al rilancio del ruolo del design per lo sviluppo della Lombardia e di Milano;
- il Progetto Design Competition, tuttora in corso, dedicato alla valorizzazione dei giovani designer e all'innovazione delle imprese attraverso l'apporto dei talenti creativi.

Riguardo alla **moda** è stato avviato un primo percorso di sistema mediante il progetto **“Magazzini Aperti”** nato dalla collaborazione regionale con Piattaforma Sistema Formativo Moda - in rappresentanza delle scuole di moda della Lombardia - e Milano Unica, manifestazione internazionale del settore tessile e accessori per l'abbigliamento, che ha attivato negli anni **una rete di imprese del sistema moda** che oggi conta circa 470 aziende italiane, di cui 187 lombarde. Il progetto, tuttora in corso, ha l'obiettivo di consentire agli studenti di entrare in contatto con la realtà produttiva del settore tessile italiano e alle aziende lombarde di presentarsi ad una platea di futuri professionisti sempre più internazionale, favorendone indirettamente la conoscenza all'estero.

Su questa linea e anche in vista di **Expo 2015**, si intendono promuovere interventi strategici a sostegno della competitività dei settori design e moda, sviluppando

sinergie e collaborazioni con i soggetti del territorio, network di imprese, favorendo le best practice provenienti dalle start up, promuovendo l'innovazione digitale delle filiere creative e del retail e valorizzando i prodotti creativi mediante relazioni innovative con la distribuzione. **Gli interventi si innestano sulle deleghe dell'Assessorato creando connubi sperimentali tra le diverse materie di competenza: creatività e attrattività dei territori, digitale e moda, commercio e valorizzazione dei designer.**

Obiettivi

Regione Lombardia si pone l'obiettivo strategico di creare e sostenere un processo aperto che coinvolga i potenziali stakeholder dell'ecosistema creativo (soggetti e istituzioni pubbliche; associazioni di categoria, imprenditoriale e professionale, scuole, università, enti della ricerca, imprese, fondazioni, ecc.) al fine di:

- adottare misure di intervento che consentano al mondo imprenditoriale della moda di affrontare le sfide della **digitalizzazione e della comunicazione**, anche in una logica di **aggregazione** e creazione di **network** tra i soggetti operanti in tali ambiti;
- sostenere la **creatività** e le **professioni creative** con un'attenzione particolare ai giovani e alla loro formazione;
- avvicinare il mondo dei **giovani creativi alle imprese**;
- intercettare, agendo a livello di sistema pubblico-privato, il fermento dei comparti **moda e design** in vista di Expo 2015 promuovendo progetti volti allo **sviluppo dei territori**;
- promuovere l'immagine della Lombardia come centro di eccellenza, a livello mondiale, nell'ambito della moda e del design favorendo indirettamente **l'attrattività turistica e commerciale**.

La sfida istituzionale è, in particolare, di:

- **creare un rapporto virtuoso tra imprese utilizzatrici della moda e fornitori digitali.** Il mondo digitale rappresenta, infatti, il più importante agente accelerante degli ultimi anni in cui le aziende della moda sono approdate alla dimensione online sperimentandone le varie declinazioni, dal sito web alla sfilata in streaming, fino ad arrivare ai più recenti strumenti e servizi che spaziano dalle app, pensate per fidelizzare gli utenti, allo showroom online, senza dimenticare il processo di digitalizzazione che sta cambiando le fasi creative e produttive;
- **valorizzare i creativi emergenti** sperimentando un rapporto di contaminazione con il sistema della distribuzione. Tale intuizione completa idealmente le politiche già adottate in materia di design che mettono invece in contatto giovani designer e mondo della produzione;
- **facilitare la creazione di eventi e di luoghi complementari e successivi all'evento espositivo:** una sorta di Fuori Expo della creatività grazie alle proposte di iniziative avanzate da privati e associazioni, realtà culturali e università, enti locali e media che rimodellano i territori sulla moda e il design.

Principi e Linee di intervento

Regione Lombardia adotta un “**Piano d’azione pluriennale per la moda e design**”, un sistema articolato e sinergico di azioni che agiscono su target e obiettivi differenti legati alla **creatività nei settori del Commercio, Turismo e Terziario**:

- 1. Creatività: eventi e luoghi:** l'azione promuove idee progettuali, relative ai comparti moda e design, volte allo sviluppo dei territori e dei luoghi lombardi in cui la creatività gioca un ruolo preponderante. L'intervento è dedicato agli attori che si occupano a diverso titolo di moda e design (università, scuole, associazioni, enti locali, fondazioni, media partner, organizzatori/quartieri fieristici, associazioni di categoria, imprese e altri soggetti) affinché realizzino:
 - eventi e strumenti comunicativi;
 - infrastrutture fisiche e digitali;tali da creare palinsesti e luoghi complementari e successivi all'evento espositivo del 2015.
Il bando sarà attuato in collaborazione con Unioncamere Lombardia nell'ambito dell'Accordo di programma per lo sviluppo economico e la competitività del sistema lombardo (Asse 2 - Attrattività e competitività dei territori).
- 2. Creatività e Digitale:** bando per sostenere progettualità innovative delle imprese dell'economia digitale per lo sviluppo di servizi digitali avanzati e qualificati in favore delle imprese del settore moda. La misura prevede un meccanismo di partnership tra fornitore digitale e impresa utilizzatrice. Il bando sarà attivato a valere sul Fondo Fimser ai sensi della dgr n. 1046 del 5 dicembre 2013.
- 3. Creatività e Commercio:** misura per sostenere l'attrattività e la competitività del comparto dei pubblici esercizi ed esercizi commerciali mediante un'iniezione di innovazione dell'offerta merceologica. L'intervento è riservato ai negozi e ai pubblici esercizi che collaborano con designer emergenti, selezionati da un'apposita manifestazione d'interesse, all'apertura di corner creativi loro dedicati. Il bando sarà attuato in collaborazione con Unioncamere Lombardia nell'ambito dell'Accordo di programma per lo sviluppo economico e la competitività del sistema lombardo (Asse 2 - Attrattività e competitività dei territori).
- 4. Giovani creativi e imprese:** azione per l'implementazione del Progetto Magazzini Aperti, finalizzata a facilitare il raccordo tra gli studenti delle Scuole di Moda e le imprese, anche tramite azioni di promozione e organizzazione di eventi espositivi delle collezioni realizzate dagli studenti in occasione delle edizioni di Milano Unica.
- 5. Creatività e Produzione:** azione per facilitare l'incontro tra giovani designer e

mondo produttivo, tramite partnership e collaborazioni con gli attori del sistema e l'organizzazione di eventi espositivi in occasione del Salone del Mobile.

L'Assessorato al Commercio Turismo e Terziario destina alla realizzazione del Piano un ammontare complessivo di risorse di **oltre 3,5 Meuro** che muoverà investimenti pari a circa 7 Meuro. L'attuazione del piano sarà operata mediante successivi atti di Giunta di determinazione dei criteri dei singoli interventi.