



**CONFEDERAZIONE
NAZIONALE**
*dell'Artigianato e della Piccola
e Media Impresa*

CNA Federmoda

Associazione Provinciale di Modena
41100 Modena – Via F.Malavolti 27
Tel. 059-418518 – Fax 059-418598



LE IMPRESE MODENESI DELLA MODA

INDAGINE CONGIUNTURALE ANNO 2006

PREVISIONI ANNO 2007

a cura di:
**CNA FEDERMODA
MODENA**

MERCOLEDI' 6 GIUGNO 2007 ORE 19,30
PRESSO AGRITURISMO LE DUE MADONNE
VIA CARPI-RAVARINO 1202 – LIMIDI DI SOLIERA

PRESENTAZIONE

CNA-Federmoda analizza periodicamente la congiuntura economica e le tendenze in atto nelle piccole imprese modenesi del sistema Moda.

Questo lavoro che coinvolge tutti i dirigenti di Federmoda, gli imprenditori e la struttura dei servizi della CNA di Modena ha l'obiettivo di:

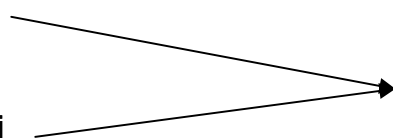
- a) confrontare le tendenze in atto con l'esperienza diretta degli imprenditori;
- b) interpretare i dati complessivi del settore nell'ottica delle imprese finali e di subfornitura;
- c) fornire dati e valutazioni per approfondire in maniera disaggregata gli andamenti così eterogenei delle piccole imprese;
- d) offrire agli imprenditori associati uno strumento in più per conoscere il settore ed il mercato di riferimento.

Per i dati esposti nelle note congiunturali abbiamo utilizzato le seguenti fonti:

- * *CAMERA NAZIONALE DELLA MODA*
- * *SMI -ATI*
- * *UFFICIO STUDI CAMERA DI COMMERCIO DI MODENA*
- * *INPS – ED ENTE BILATERALE DI MODENA*
- * *FEDERMODA PROVINCIALE E NAZIONALE*
- * *STAMPA SPECIALIZZATA*
- * *OSSERVATORIO SUL SETTORE DEL DISTRETTO DI CARPI*

Dati di filiera
Dati occupazionali

Dati finanziari
Dati economici/congiunturali



Rete Servizi CNA
e
Società del Sistema

Un ringraziamento particolare a tutti quanti hanno collaborato con noi per la buona riuscita dell'iniziativa.

**IL PRESIDENTE PROVINCIALE
CNA FEDERMODA
VANNI PO**

Si ringraziano per la disponibilità:

Raffaele Giardino, Massimo Bernardoni, Lorella Bruni, Ivano Lugli, Paola Simonini, Sandra Gibertini, Stefano Sitta, Mauro Malmusi, Stefania Gozzoli, Giuliana Lugli, Gerardo Bianchi.

NOTE CONGIUNTURALI – ANNO 2007

- 1) IL SISTEMA MODA ITALIANO
- 2) MODENA: LE PICCOLE IMPRESE DEL SISTEMA MODA
- 3) LA CONSISTENZA DEL SETTORE
- 4) L'IMPORT-EXPORT
- 5) L'OCCUPAZIONE
- 6) CREDITO, FINANZIAMENTI ED INCENTIVI
- 7) LE PROSPETTIVE PER IL 2007
- 8) GLI INTERVENTI A SOSTEGNO

IL SISTEMA MODA ITALIANO

Per la prima volta dopo anni nel 2006 è abbastanza chiaro che il settore sta recuperando, dalle varie fonti analizzate emergono differenze sulla velocità del recupero. Noi siamo più propensi ad una stima prudentiale.

Sicuramente è comparso il segno più davanti alla voce fatturato. Si può affermare che finalmente uno dei settori nazionali più importanti ha visto realizzarsi la tanto attesa ripresa sia nella domanda interna, sia in quella estera per la quale si era già intravisto un andamento positivo alla fine del 2005.

Questo ha però comportato un aumento del divario tra le aziende che vanno bene e quelle che soffrono. Sono state premiate le aziende che hanno posto attenzione alla valorizzazione del marchio e ad una riduzione dei costi.

Sono le aziende che hanno puntato al design ed all'innovazione del prodotto, investendo sul proprio marchio e sulla rete di vendita che hanno fatto registrare risultati positivi, diversamente quelle, solitamente di piccole e medie dimensioni o contoterziste, che non sono state in grado di dominare la concorrenza, hanno sofferto molto soprattutto dopo la scadenza dell'accordo Multifibre, e si trovano ancora davanti una strada verso la ripresa più problematica.

Tornando ai dati si nota che il fatturato è cresciuto ma non in modo significativo, la previsione è infatti di un + 1,8% (fonte SMI-ATI) (i dati ISTAT parlano di un + 5%), sia nei settori a monte ed ancor di più in quelli a valle. Per tutto il settore della moda si è ottenuto un risultato che non si può definire straordinario, ma che ha interrotto la lunga serie negativa degli anni passati. Se non si può parlare di vera ripresa si può segnalare una stabilizzazione.

L'altro elemento di novità del secondo semestre è stata la ripresa del mercato interno.

E' cresciuta la fiducia dei consumatori italiani, si può dire che nell'area dell'Euro continua a migliorare questa tendenza dei consumatori ed aumenta l'ottimismo sulle prospettive a breve termine dell'economia.

Mentre è confermato il peggioramento del clima di fiducia negli USA dove i consumatori mostrano una crescente preoccupazione.

L'andamento positivo della domanda interna ha comportato un atteggiamento di ritrovato ottimismo sul fronte delle imprese, che hanno visto negli ultimi mesi una stabilizzazione delle aspettative sulla produzione e sul livello degli ordinativi.

Il 2006 lascia, quindi, un anno positivo, anche se ci si deve aspettare che nel 2007 alcuni fattori macroeconomici possano frenare l'andamento di ripresa.

Per quanto riguarda le esportazioni si osserva un miglioramento del saldo con la Francia, il Regno Unito e la Spagna. Inoltre si arresta la tendenza al peggioramento con la Germania, mentre continuano a calare le quantità esportate verso gli Stati Uniti.

Permangono i problemi dovuti alla concorrenza asiatica che vede ancora crescere in misura consistente i volumi importati. La parte più grossa spetta ancora alla Cina con un aumento del +22%.

Le importazioni in crescita rispetto all'export determinano una contrazione del saldo commerciale di circa 760 milioni.

TESSILE ABBIGLIAMENTO – ITALIA
(DATI E PROIEZIONI – VALORI IN MILIONI DI €)

VOCI	2004		2005		2006	
	VALORE	VAR. %	VALORE	VAR. %	VALORE	VAR. %
FATTURATO	53.528	- 3,2	51.923	- 3,0	52.860	+ 1,8
VALORE DELLA PRODUZIONE	46.189	-4,3	43.703	- 5,4	44.419	+ 1,6
ESPORTAZIONI	26.600	+ 1,0	26.572	+ 0,1	27.547	+ 3,7
IMPORTAZIONI	14.909	+ 4,7	15.568	+ 4,4	17.306	+11,2
SALDO COMMERCIALE	11.691		11.004		10.241	
DISPONIBILITA' INTERNA	34.498		32.699		34.179	
AZIENDE	64.376		61.624		60.665	
ADDETTI	543.155		524.930		520.947	
INDICATORI STRUTTURALI						
EXPORT/ FATTURATO	49,7		51,2		52,1	
PROPENSIONE ALL'IMPORT	35,6		38,0		40,6	

Segnali positivi emergono dal ripensamento delle imprese rispetto alla strategia di localizzazione produttiva a valle della filiera. Si nota, infatti, una tendenza a spostare nuovamente l'attenzione sul Made in Italy.

Si può, quindi, affermare che è necessario sostenere i distretti nella creazione di prodotti nuovi nell'ambito delle capacità di cui dispongono e a riposizionarsi lungo la catena del valore. Vanno sviluppate le capacità di design e di realizzazione di produzione di qualità. Soprattutto perché in Italia possiamo contare su distretti in grado di vantare ancora tutta la filiera integra, e quindi con tutte le potenzialità per rispondere alla sempre crescente richiesta di qualità, innovazione e design.

**L'IMPORT-EXPORT DEL SISTEMA MODA ITALIANO
(GENNAIO - LUGLIO 2006)**

SETTORI	IMPORTAZIONI		ESPORTAZIONI	
	VALORI IN M.NI DI €	VAR. %	VALORI IN M.NI DI €	VAR. %
TESSILE	3.881	9,6	6.884	1,5
TOPS	176	-2,4	82	9,3
FILATI	1.330	14,3	1.509	3,2
TESSUTI	1.196	6,5	3.525	-2,8
TESSILE CASA	390	9,6	268	2,1
TESSILI TECNICI	787	9,8	1.497	10,6
MODA	6.272	12,4	8.896	-0,3
ABBIGLIAMENTO	3.322	11,5	5.340	1,1
MAGLIERIA	2.809	12,7	3.136	-0,3
CALZETTERIA	140	33,8	418	3,7
TOTALE T&M	10.153	11,3	15.780	0,5

MODENA: LE PICCOLE IMPRESE DEL SISTEMA MODA

Il 2006 si è presentato come un anno di assestamento dove finalmente, dopo molti anni, i valori di produzione e di fatturato tornano ad aumentare, anche se con volumi più bassi che in altri settori dell'economia modenese.

Questi valori hanno però un significato importante che segnala come le imprese che hanno resistito alla dura selezione di questi anni si sono posizionate su una fascia di prodotto medio alta, sempre più richiesta per quanto riguarda il Made in Italy.

Nella nostra provincia il settore tessile/abbigliamento, nonostante il ridimensionamento, rappresenta ancora un 9,3% del fatturato ed il 12,7% dell'occupazione dell'industria manifatturiera.

Sono elementi che fanno comprendere come sia ancora importante il ruolo che ricopre il settore.

**INDICATORI ECONOMICI – ABBIGLIAMENTO – MAGLIERIA
PROVINCIA DI MODENA
GENNAIO-DICEMBRE 2006**

VOCI	MAGLIERIA/TESSILE VAR. %	ABBIGLIAMENTO VAR. %
PRODUZIONE	0,4	2,6
FATTURATO	1,2	1,6
ORDINI INTERNO	0,3	1,5
ORDINI ESTERO	5,2	0,8
OCCUPAZIONE	- 4,0	- 0,5

IMPRESE DA 6 A 49 ADDETTI

VOCI	MAGLIERIA/TESSILE VAR. %	ABBIGLIAMENTO VAR. %
PRODUZIONE	- 1,0	2,6
FATTURATO	- 0,4	1,0
ORDINI INTERNO	0,2	1,2
ORDINI ESTERO	6,1	0,2
OCCUPAZIONE	- 2,8	- 1,8

Ancora importanti sono i dati riferiti agli ordini esteri, dove risultano in aumento le vendite in Russia e nell'Europa dell'Est.

Sono i dati del quarto trimestre che, segnalando una lieve flessione negli ordini esteri, ci fanno un po' temere per il 2007.

Se guardiamo alla serie storica degli indicatori economici degli ultimi 8 anni, appare evidente come il 2006 presenti per alcuni aspetti ancora difficoltà, ma per altri elementi denoti una tendenza al miglioramento.

SERIE STORICA – INDICATORI ECONOMICI
COMPARTO TESSILE – ABBIGLIAMENTO – PELLE/CUOIO
(INDAGINE CONGIUNTURALE FEDERMODA CNA)

<i>ANNI</i>	<i>IMPRESSE</i> %	<i>OCCUPAZIONE</i> %	<i>EXPORT</i> %	<i>IMPORT</i> %	<i>FINANZIAMENTI</i> %
1999	- 2,3	- 0,1	- 3,4	+ 1,3	13,5
2000	- 2,8	- 1,3	+ 9,7	+ 5,3	12,9
2001	- 2,7	- 2,5	+ 7,4	- 2,6	13,8
2002	- 3,1	- 4,9	+ 5,2	+ 6,4	8,5
2003	- 4,5	- 3,9	- 8,1	+ 7,8	10,1
2004	- 5,7	- 4,1	- 3,4	+ 3,2	6,8
2005	- 4,3	- 8,6 MAGLIERIA - 0,8 ABBIGLIAM.	+ 10,1	+ 18,2	7,6
2006	-3,2	- 4,0 MAGLIERIA - 0,5 ABBIGLIAM.	+ 1,1	+ 28,5	7,7

Rimane ancora alto il livello di mortalità nelle imprese così come la perdita di occupazione, soprattutto per il settore maglieria, mentre è molto diminuito il ricorso agli ammortizzatori sociali quali la Cassa Integrazione ed il Fondo Sostegno al Reddito per i dipendenti delle imprese artigiane.

Naturalmente anche in questa situazione ci sono imprese nel nostro distretto che vanno meglio rispetto ad altre e viceversa, tuttavia i dati di sintesi non ci portano ancora a parlare di ripresa diffusa.

Tutto questo non significa però che il settore sia finito e che non abbia ancora delle potenzialità da spendere nei prossimi anni.

In questo momento vive una fase di trasformazione, per agganciare la ripresa sono necessari interventi di sostegno, all'internazionalizzazione ed all'export, all'innovazione, alla creatività, alla cultura d'impresa, alle alleanze e partnership, ed una situazione di stabilità economica interna.

CONSISTENZA DEL SETTORE

E' dal 1987 che continua la selezione delle imprese in tutto il comparto. Al 31/12/2006 le aziende sono 2.923 con un calo del -3,2% rispetto al 31/12/2005, percentuale inferiore rispetto al calo degli ultimi anni.

IMPRESE ATTIVE DEL COMPARTO MODA - MODENA ANNI 2003-2006

ATTIVITA'	N° IMPRESE 31/12/2003	N° IMPRESE 31/12/2004	N° IMPRESE 31/12/2005	N° IMPRESE 31/12/06	VAR. % 2005/2006
TESSILE (MAGLIERIA)	1648	1925	1778	1675	- 5,8
ABBIGLIAMENTO	1572	1111	1126	1135	+ 0,8
PELLE E CUIOIO	125	118	115	113	- 1,7
TOTALE	3345	3154	3019	2923	- 3,2

Anche il 2006 ha subito un processo fisiologico di dimissioni di imprese con titolari ormai vicini all'età pensionabile. Va sottolineato che sono prevalentemente le imprese del comparto maglieria ad uscire dal mercato con una forte incidenza delle imprese di subfornitura.

SALDO ISCRIZIONI-CESSAZIONI IMPRESE DEL COMPARTO MODA ANNI 2002-2006

ANNO DI RIFERIMENTO	ISCRIZIONI	CESSAZIONI	SALDI
31/12/2002	208	333	- 125
31/12/2003	168	290	- 122
31/12/2004	188	335	- 147
31/12/2005	181	296	- 115
31/12/2006	250	359	- 109

Nel 2006 il saldo tra iscrizioni e cessazioni è negativo ma con un livello inferiore rispetto alla media degli ultimi anni.

Nel distretto è ancora presente tutta la filiera sia produttiva che dei servizi anche se in questi anni si comincia a sentire l'assottigliamento di alcuni pezzi importanti specialmente nell'area della subfornitura con il rischio di perdere competenze, saperi ed esperienze difficilmente ripetibili.

Nonostante le difficoltà il settore continua ad occupare un po' meno di 17.000 addetti tra personale dipendente ed indipendente con percentuali elevate di occupazione femminile.

Nelle imprese fino a 50 addetti vi trova lavoro circa l'80% degli occupati.
Le imprese artigiane rappresentano il 66% del totale.

Questi dati, al di là delle difficoltà attuali confermano l'importanza di questo settore per l'economia del nostro territorio per cui, pur in presenza di attività alternative da sviluppare, è necessario riflettere su come consolidare e rafforzare l'esistente attivando i necessari interventi sia da parte delle imprese che delle Istituzioni.

ALBO DELLE IMPRESE ARTIGIANE

Le imprese artigiane continuano ad evidenziare saldi negativi da oltre 10 anni.

Nel 2006 il tasso di mortalità continua ad essere elevato per il permanere di difficoltà soprattutto nel comparto della subfornitura e della maglieria.

ALBO IMPRESE ARTIGIANE ABBIGLIAMENTO – TESSILE – PELLE E CUOIO (SERIE STORICA ULTIMI 8 ANNI)

ANNO	N° IMPRESE	DIFFERENZA ANNO PRECEDENTE	VAR. %
31/12/1999	2.850	- 155	- 5,1
31/12/2000	2.770	- 80	- 2,8
31/12/2001	2.670	- 100	- 3,6
31/12/2002	2.542	- 128	- 4,8
31/12/2003	2.410	- 132	- 5,1
31/12/2004	2.238	- 170	- 7,1
31/12/2005	2.138	- 100	- 4,5
31/12/2006	1.929	- 209	- 9,8

La selezione riguarda in misura più elevata le imprese dell'area del conto terzi perché eccessivamente frammentata e maggiormente esposta alla concorrenza del decentramento produttivo, del lavoro sommerso e della ricerca del basso costo.

Inoltre il comparto della maglieria ha risentito in modo più evidente della trasformazione in atto nel settore.

Tengono invece le imprese finali con accesso diretto al mercato, in particolare quelle del comparto abbigliamento, infatti molte imprese hanno deciso di modificare la propria produzione proponendo oltre alla maglieria la confezione e collocandosi quindi in un "total look", prodotto maggiormente richiesto dal mercato. Inoltre sono queste le imprese che hanno investito costantemente sul proprio marchio.

ALBO IMPRESE ARTIGIANI – SUDDIVISIONE PER COMPARTI
TOTALE 1.929 IMPRESE PARI AL 66,0%

IMPRESE FINALI	MAGLIERIA	193
O C/PROPRIO	CONFEZIONI	167
N° 521 (27,0 %)	INTIMO	9
	PELLE E CUIOIO	72
	VARIE	80
IMPRESE DI	MAGLIERIA	1.111
SUBFORNITURA	CONFEZIONI	214
O C/TERZI	INTIMO	6
N° 1.408 (73,0%)	PELLE E CUIOIO	50
	VARIE	27

Sia tra le imprese finali che tra le imprese di subfornitura si assiste ad un minore distinzione dei confezionisti di maglieria ed abbigliamento, in quanto molte imprese scelgono di proporre tutte due le tipologie di prodotto o di servizio.

**PRINCIPALI ATTIVITÀ DELLE IMPRESE CONTO TERZI
(DATI ALBO ARTIGIANI) – TESSILE – ABBIGLIAMENTO – PELLE - CUOIO**

ATTIVITA'	31/12/2006	VAR. NUM. SU 2005	INCIDENZA % SUL C/T
ROCCATURA	17	- 2	1,2
TESSITURA	186	- 15	13,2
TAGLIO	49	- 7	3,5
CONF. MAGLIERIA	282	- 31	20,0
RIPASSO IMBUSTO	89	- 4	6,3
CONF. ABBIGLIAMENTO	212	- 43	15,1
LAVANDERIE-STIRERIE	214	- 34	15,2
ASOLE – BOTTONI	32	- 1	2,3
RICAMI	65	- 1	4,6
STILISTE-MODELLISTE	68	+ 1	4,8
STAMPA-FINISSAGGIO	32	- 5	2,3
INTIMO CORSETTERIA	6	- 5	0,4
PELLETTERIA C/T	56	+ 1	4,0

Dai dati suddivisi per “mestiere” risulta evidente che il calo della produzione si è spalmato su quasi tutte le fasi della filiera, e ritorna evidente il dato di intreccio tra i confezionisti di maglieria e di abbigliamento, sono sempre meno le imprese che si propongono solo per un prodotto.

A determinare il calo di imprese hanno contribuito oltre alla riduzione delle “commesse”, l'eccessiva frammentazione degli ordini, il prezzo della prestazione molto basso che non consente una redditività adeguata e l'eccessiva rapidità delle consegne che non permette un minimo di programmazione.

Viceversa hanno continuato a reggere le imprese di progettazione e campionario, la modellistica, i servizi legati alla logistica, le stamperie, e gli accessori.

Riguarda tutta la filiera del ciclo produttivo il mantenimento dell'identità del “Made in Italy” che rischia col passare degli anni di ridursi se non si attiverà nel distretto una ampia azione formativa con interventi mirati tesi a qualificare ed innovare queste competenze, nonché a preparare figure giovani in grado di sostituire quegli operatori che per effetto dell'età già operano ad uscire dal settore.

Anche fra le imprese di minori dimensioni si conferma la tenuta delle aziende di produzione finale che pur tra tante difficoltà hanno trovato nel prodotto moda di qualità, nella offerta di una gamma di prodotti completa (confezioni e maglieria insieme), nelle diverse nicchie, nella personalizzazione del prodotto, nell'impegno alla promozione del proprio marchio e nella scelta di sperimentare anche canali distributivi diretti nuove opportunità e nuove collaborazioni.

Allargare le relazioni commerciali ai nuovi paesi e consolidare quelle esistenti è una necessità che riguarda tutte le piccole imprese. Riguarda anche le imprese di subfornitura che possono pensare di allargare la loro rete di committenze offrendo un prodotto/servizio di eccellenza a committenti di altre regioni e di altri Paesi.

Da soli è sicuramente difficile, ma pensare ad azioni integrate tra gruppi di imprese e distribuzione, oppure tra mini filiere e promozione del Made in Italy, ed ancora tra consorzi all'export ed istituzioni per progetti di internazionalizzazione, è probabilmente la strada da percorrere nei prossimi anni per rimanere sul mercato.

EXPORT ED IMPORT

EXPORT MODENA ANNO 2006 SU ANNO PRECEDENTE

	<i>ANNO 2005</i>	<i>ANNO 2006</i>	<i>VAR. %</i>
Industrie tessili	294.965.927,00	310.244.933,00	5,2%
Industrie abbigliamento	478.190.030,00	465.488.898,00	-2,7%
Industrie cuoio e calzature	25.081.344,00	31.577.551,00	25,8%
TOTALE tessile/abbigliamento	798.237.301,00	807.291.382,00	1,1%
TOTALE	8.848.504.584,00	9.546.068.874,00	7,9%

L'anno 2006 si chiude complessivamente con un incremento delle esportazioni.

Questo risultato infonde fiducia anche se non è possibile pensare di aver risolto il problema e vanno ancora verificate le continuità del trend positivo.

EXPORT PER PAESI DI DESTINAZIONE
(VALORE IN MIGLIAIA DI € - ANNO 2006)

PAESE	EXPORT	DIFFERENZA ANNO PRECEDENTE	VAR. %
SVIZZERA	111.793	- 39.982	- 26,34
GERMANIA	82.069	- 6.737	- 4,21
FRANCIA	80.028	+ 4.005	+ 5,27
SPAGNA	50.408	+ 2.895	+ 6,09
STATI UNITI	35.404	- 3.876	- 9,87
REGNO UNITO	40.604	+ 1.287	+ 3,27
GIAPPONE	34.412	- 1.988	- 5,46
GRECIA	30.460	+ 4.847	+ 18,9
RUSSIA	27.284	+ 7.511	+ 38,0
ROMANIA	30.727	+ 2.511	+ 8,9
HONG KONG	20.650	+ 3.482	+ 20,3
TUNISIA	21.396	+ 6.114	+ 40,0
PORTOGALLO	12.173	+ 1.192	+ 10,9
BULGARIA	15.176	+ 1.685	+ 12,5
COREA DEL SUD	11.368	+ 2.380	+ 26,5
TURCHIA	12.731	+ 2.818	+ 28,4
CINA	1.792	- 676	- 27,4
INDIA	410	- 24	- 5,5

Va ancora sottolineato il dato relativo alla Svizzera, che risente del fatto che una grande impresa modenese ha il proprio distributore in tale Paese, quindi non è vera esportazione ed inoltre alcuni di quei prodotti sicuramente rientreranno in Italia come importazioni.

Continua il calo dell'export verso la Germania, anche se rimane un mercato dove il valore ed il volume delle esportazioni locali rimane alto.

Continua in modo confortante l'aumento dell'export verso la Russia, riprendono Spagna, Francia e Grecia.

Iniziano ad affacciarsi in maniera interessante le esportazioni verso Romania, Hong Kong, Tunisia, Portogallo, Bulgaria e Turchia.

Le importazioni del 2006 sono in notevole crescita rispetto allo scorso anno.

**IMPORT MODENA
ANNO 2006 SU ANNO PRECEDENTE**

	ANNO 2005	ANNO 2006	VAR. %
Industrie tessili	127.566.228,00	146.373.798,00	14,7%
Industrie abbigliamento	222.421.355,00	306.593.082,00	37,8%
Industrie cuoio e calzature	26.040.752,00	30.053.852,00	15,4%
TOTALE tessile/abbigliamento	376.028.335,00	483.020.732,00	28,5%
totale	3.935.498.439,00	4.543.555.066,00	15,5%

Ancora molto alta, tra i paesi di provenienza, si conferma l'importazione dalla Cina. Questa massiccia entrata di prodotti finiti a basso costo non sempre è alimentata dalle imprese produttrici ma in molti casi è la stessa rete distributiva (grossisti, agenzie, intermediari, stocchisti, ecc.) ad essere protagonista di questo fenomeno con la conseguenza di invadere il mercato locale di prodotti con prezzi bassissimi, sprovvisti, nel migliore dei casi, di etichetta d'origine, ma ampiamente etichettati con il Made in Italy.

**IMPORT PER PAESI DI PROVENIENZA
(VALORI IN MIGLIAIA DI € - ANNO 2006)**

PAESE	IMPORT	DIFFERENZA ANNO PRECEDENTE	VAR.%
CINA	72.253	+ 12.649	+ 21,1
BELGIO E LUSSEMBURGO	24.865	- 1.048	- 4,0
TURCHIA	58.822	+ 21.596	+ 58,0
ROMANIA	38.867	+ 6.096	+ 18,6
FRANCIA	40.610	+ 10.761	+ 36,0
BULGARIA	18.804	+ 3.091	+ 19,7
TUNISIA	25.712	+ 9.627	+ 59,8
INDIA	18.509	+ 1.102	+ 6,3
PORTOGALLO	10.126	- 991	- 8,9
GERMANIA	11.705	+ 4.411	+ 60,5
GRECIA	20.506	+ 3.868	+ 23,2
HONG KONG	7.473	+ 3.573	+ 91,6
STATI UNITI	5.627	+ 2.862	+ 103,5
SPAGNA	5.741	+ 1.165	+ 25,5
REPUBBLICA CECA	6.650	+ 1.979	+ 42,4
MOLDAVIA	4.320	+ 688	+ 18,9
MAROCCO	5.431	+ 3.573	+ 192,3
BOSNIA ERZEGOVINA	3.626	+ 1.963	+ 118,0
INDONESIA	5.080	+ 2.279	+ 81,4
BANGLADESH	4.278	+ 466	+ 12,2
PAKISTAN	3.339	+ 1.993	+ 148,1

Se guardiamo alle differenze di costo medio orario del lavoro tra paesi come la Cina, l'India, il Pakistan, la Turchia e paesi come l'Italia o la Spagna, ci rendiamo conto che per diverse imprese decentrare è ritenuto molto conveniente.

Il problema è, se questa scelta rientra in una strategia più complessiva tendente ad ampliare il mercato di riferimento ed a mantenere inalterate le relazioni con le filiere presenti sui territori, oppure se si delocalizza solo per inseguire il basso costo.

Nel primo caso, si possono trovare opportunità di espansione per tutti i componenti la filiera, nel secondo invece si tende solo a distruggere il valore di queste relazioni con conseguenze negative per l'intero sistema del distretto.

OCCUPAZIONE

Dal nostro osservatorio su un campione di imprese presenti nella banca dati CNA, si evidenzia un trend di lieve fiducia per l'occupazione.

Variazione occupazionale– Andamento annuale del comparto su campione "rappresentativo" nella fascia con dipendenti subordinati da 1 a 50

SETTORE MODA	2004			2005			2006			Variaz. Anno 2005/2006
	Tot. Assun.	Tot. Licen.	saldo	Tot. Assun.	tot. Licen.	saldo	Tot. Assun.	Tot. Licen.	saldo	
I TRIM	108	85	23	72	79	-7	78	68	10	
II TRIM.	80	61	19	76	88	-12	171	134	37	
III TRIM.	56	96	-40	63	127	-64	86	92	-6	
IV TRIM.	47	89	-42	59	73	-14	73	94	-21	
RIEPILOGO	291	331	-40	270	367	-97	408	388	20	+ 1,95%

Dai dati percentuali dell'occupazione tendenziale nelle imprese del campione, si evince che le percentuali di presenza occupazionale sono migliori rispetto a quelle rilevate in ambito provinciale, infatti soprattutto nel primo e nel secondo trimestre risulta positivo il saldo tra assunzioni e licenziamenti.

Il trimestre peggiore risulta essere il 4°, dato che preoccupa per l'andamento relativo al 2007.

Complessivamente il saldo occupazionale fra assunzioni e licenziamenti, per l'anno 2006 si attesta su una percentuale del **+1,95%** che fa ritornare il settore ad un segno positivo dopo un anno 2005 che ha visto un calo consistente che si attestava sul -9,06%.

Consideriamo con prudenza questo dato e teniamo monitorato l'andamento per l'anno in corso.

**GLI ADDETTI NELLE IMPRESE DEL TESSILE-ABBIGLIAMENTO - PELLE E CUOIO
IN PROVINCIA DI MODENA**

	<i>ADDETTI 31.12.03</i>	<i>ADDETTI 31.12.04</i>	<i>ADDETTI 31.12.05</i>	<i>DIFFER. DAL 2004</i>	<i>% DAL 2004</i>
<i>DIPENDENTI</i>	<i>13.394</i>	<i>12.618</i>	<i>11.602</i>	<i>-1.016</i>	<i>-8,0</i>
<i>INDIPENDENTI</i>	<i>5.438</i>	<i>5.065</i>	<i>4.863</i>	<i>-202</i>	<i>-4,0</i>
<i>TOTALE</i>	<i>18.832</i>	<i>17.683</i>	<i>16.465</i>	<i>-1.218</i>	<i>-6,9</i>

Per l'anno 2005 (ultimo dato disponibile) assistiamo ad un calo considerevole del numero complessivo degli addetti , nel complesso il passivo è di – 6,9%.

Sono però ancora 16.465 gli addetti, tra dipendenti ed indipendenti, si conferma quindi il settore moda ancora un elemento strategico per l'economia della nostra Provincia.

SETTORE MODA	MEDIA ADDETTI PER IMPRESA
TESSILE ABBIGLIAMENTO PELLE E CUOIO	6,3

Aumenta anche se di poco la media addetto rispetto all'anno precedente.

**INCIDENZA FIGURE PROFESSIONALI
TESSILE – ABBIGLIAMENTO – PELLE E CUOIO
(CAMPIONE DI IMPRESE CNA)**

FIGURE PROFESSIONALI	SETTEMBRE 2004	SETTEMBRE 2005	DICEMBRE 2006	DIFF. % DAL '05
LAVORANTI A DOMICILIO	8,2%	7,0%	4,9%	- 2,1
IMPIEGATI	10,9%	12,1%	12,0%	- 0,1
APPRENDISTI IMPIEGATI	1,0%	1,1%	1,5%	+ 0,4
INTERMEDI	6,8%	7,4%	7,8%	+ 0,4
OPERAI	60,8%	60,0%	60,6%	+ 0,6
APPRENDISTI OPERAI	5,5%	5,6%	6,2%	+ 0,6
COLLABORAZIONI	6,7%	6,6%	6,9%	+ 0,3
STAGISTI	0,07%	0,07%	0,07%	=

Il segno positivo riguarda le mansioni riconducibili allo styling, alla modellistica, alla prototipia, al controllo qualità (incettazione) ed a tutte quelle competenze amministrative e commerciali legate alla vendita ed all'export.

Anche per le mansioni di operai quest'anno troviamo un segno positivo per la presenza in azienda, si confermano i rapporti di collaborazione continuativa che si attestano attorno al 7% dell'intera occupazione.

Considerando la stagionalità del settore e l'incertezza di questi ultimi anni è prevedibile che forme di occupazione più flessibili saranno sempre più utilizzate.

Da un'analisi che riguarda l'occupazione nelle sole imprese artigiane si evidenzia un migliore andamento del saldo tra assunzioni e licenziamenti ed una percentuale più alta di presenza di figure con mansioni di operaie rispetto a mansioni impiegate e di figure intermedie.

Il problema che incontriamo oggi è come mantenere alta ed aggiornata la professionalità di queste figure, considerando che la selezione del mercato e la scelta della qualità e del servizio come strada obbligata richiede competenze che siano nel contempo più specifiche ma anche più trasversali.

Le aziende lamentano queste carenze e sono comunque consapevoli che occorre personale qualificato nell'area della creatività, progettazione, prototipia, modellistica, controllo della produzione, logistica, informatizzazione del processo produttivo, distribuzione ed export, ma anche nelle mansioni di confezione, taglio ecc. che necessitano di personale con competenze per sostituire chi oggi sta andando in pensione.

Si tratta di un problema non piccolo, perchè queste competenze sono carenti nell'attuale mercato del lavoro a causa della scarsa attrattività che il settore esercita verso le nuove generazioni.

EBER (Fondo di sostegno al Reddito)

Nel 2006 è diminuito notevolmente l'utilizzo degli ammortizzatori sociali quali Cassa Integrazione e Fondo Sostegno al reddito per le imprese artigiane.

Per l'anno 2005 tutte le ore di EBER richieste sono state inoltrate all'INPS per il pagamento attraverso l'utilizzo della Cassa Integrazione straordinaria .

Per quanto riguarda le ore dell'anno 2006 siamo ora nella fase di richiesta di approvazione della CIGS per le ore presentate.

L'ottenimento di un intervento come la CIGS per gli anni 2004 e 2005 sono stati di notevole importanza per la tenuta del settore e per i lavoratori che hanno potuto usufruire di ore retribuite, la stessa richiesta è stata inoltrata anche per l'anno 2006.

SOSPENSIONI EBER (ENTE BILATERALE) - F.DO SOSTEGNO AL REDDITO

VOCI	ANNO 2005	ANNO 2006	VAR. %
TOTALE ACCORDI	521	283	- 45,7
TOTALE DIPENDENTI	1.683	967	- 42,5
TOTALE GIORNI	25.633	13.267	- 48,2

Come si può rilevare dai dati definitivi di fine anno, diminuisce il numero delle imprese e dei dipendenti che utilizzano i contributi dell'Ente Bilaterale (CIGS) per far fronte a periodi di ridotta produzione.

Tutto questo lascia trapelare che, si riduce il numero delle imprese che ricorre alle sospensioni anche a causa delle molte cessazioni avvenute nel corso degli ultimi anni, ma anche il migliore andamento delle imprese nell'anno 2006.

CASSA INTEGRAZIONE ORDINARIA

CASSA INTEGRAZIONE ORDINARIA – SISTEMA MODA PROVINCIA DI MODENA

SETTORI	ORE AUTORIZZATE ANNO 2005	ORE AUTORIZZATE ANNO 2006	DIFF. DAL 2005	VAR. %
TESSILI (MAGLIERIA)	142.082	50.842	- 91.240	- 64,2
VESTIARIO	42.599	12.093	- 30.506	- 71,6
PELLE E CUOIO	==	==		
TOTALE ANNUO	184.681	62.935	- 121.746	- 65,9

Si assiste ad una consistente diminuzione delle ore autorizzate, questo dato conferma la ripresa che ha accompagnato l'anno 2006 nelle imprese del settore.

CREDITO, FINANZIAMENTI ED INCENTIVI

Per l'anno 2006 il ricorso al credito d'esercizio ed ai finanziamenti di breve periodo continua ad aumentare, la cosa conferma la tendenza ad una timida ripresa degli investimenti nel settore tessile.

FINANZIAMENTI AL TESSILE – ABBIGLIAMENTO *(FIDIMPRESA MODENA – CALCOLATI IN €/1.000)*

VOCI	2003	2004	2005	2006
FINANZIAMENTI SU GARANZIE	5.600	3.818	4.334	4.493
INCIDENZA SUL TOTALE	10,1%	6,8%	7,6%	7,7%
MEDIA PER AZIENDA	>29	>34	36,12	46,31
NUMERO RICHIESTE	193 SU UN COMPLESSIVO DI 1.697	113 SU UN COMPLESSIVO DI 1.425	120 SU UN COMPLESSIVO DI 1.372	97 SU UN COMPLESSIVO DI 1.186

Permane ad alimentare un clima di pesantezza finanziaria, la difficoltà a far rispettare i tempi di pagamento, il contenimento dei prezzi di vendita e delle commesse che non consentono margini di redditività adeguati, ed una forte concorrenza al ribasso dovuto soprattutto alle imprese dei paesi emergenti.

Si è continuato ad investire nell'area del campionario e della progettazione sia attraverso le nuove tecnologie ma anche con attività di ricerca e di promozione verso i propri clienti.

Continuano ad essere difficili i rapporti tra il sistema bancario e le piccole imprese.

Le denunce che le imprese fanno quotidianamente sono quelle legate alla poca trasparenza delle spese e delle condizioni che vengono applicate indiscriminatamente, ed all'eccessiva richiesta di troppe garanzie patrimoniali a fronte di una affidabilità "normale" per svolgere una attività imprenditoriale ritenuta altrettanto "normale".

LE PREVISIONI PER IL 2007

L'anno appena trascorso segnalato dagli indicatori anticipatori della congiuntura si è mostrato con una tendenza positiva, anche se negli ultimi tre mesi sono emersi i primi segnali di una decelerazione del ciclo economico.

Il 2006 lascia al nuovo anno un'eredità positiva per la tenuta della domanda estera, ma soprattutto per la ripresa di quella interna. Ci si aspetta comunque che, per l'anno in corso, alcuni fattori macroeconomici sfavorevoli possano frenare il buon andamento. Un impatto negativo potrà essere rappresentato dal rialzo dei tassi di interesse in Europa con potenziali effetti negativi sulla domanda interna.

Anche la dinamica del cambio euro/dollaro, che è stato un elemento positivo ereditato dal 2005 per il sistema moda, sta evolvendo in modo da generare un impatto negativo sul fatturato 2007 delle imprese della moda.

In sintesi il 2007 si prospetta come positivo, ma con un andamento di crescita inferiore a quella registrata lo scorso anno.

Sarà necessario da parte degli imprenditori puntare di più sui mercati extraeuropei e su prodotti innovativi, nonché migliorare il rapporto con la distribuzione, e ricercare nuove nicchie, anche quelle più sofisticate e difficili.

Per gli imprenditori della subfornitura il 2007 sarà ancora un anno di trasformazione, ma troveranno spazio quelle imprese che riusciranno a collocarsi all'interno di una filiera elastica e flessibile in grado di rispondere con rapidità a commesse di piccole serie e con tante varietà di prodotti, quelle che proveranno a dialogare con la committenza per creare collaborazioni più stabili, e chi punterà ad integrare lavorazioni e servizi, per ridurre la frammentazione e diventare più efficienti, inoltre sarà necessario una maggiore promozione dei servizi/prodotti offerti verso committenti nazionali ed internazionali.

In conclusione rimane indispensabile, in questi momenti, sostenere fortemente l'internazionalizzazione e l'export, il credito e la formazione per continuare a stare sul mercato in attesa della stabilizzazione della nuova struttura del sistema moda presente nel territorio.

LE PROSPETTIVE DEL DISTRETTO

Secondo lo studio dell' *Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi*, fra il 2000 e il 2006 le imprese del tessile - abbigliamento sono diminuite di un -30%, il fatturato è aumentato del +12,1% e un -24,4% è il dato che riguarda gli addetti.

Nel 2006, rispetto all'anno 2000, sono scomparse ulteriori 577 attività manifatturiere del tessile - abbigliamento a Carpi, inoltre gli addetti passano a 7.278, con una diminuzione di -2.348 unità in 6 anni.

Il 2006, iniziato con una significativa accelerazione ha riportato il fatturato ad un segno positivo, dovuto soprattutto ad una ripresa dei consumi sul mercato italiano, che continua ad essere il mercato prevalente per le imprese di Carpi.

Ma anche alle trasformazioni, messe in atto dalle imprese, che hanno comportato cambiamenti significativi nel sistema produttivo locale.

Le imprese hanno qualificato e diversificato il prodotto, riorganizzato le reti distributive, investito in promozione e comunicazione.

Tuttavia sono numerose le imprese di subfornitura che hanno cessato l'attività pesando sul calo degli occupati.

Questa distonia tra aumento del fatturato e calo dell'occupazione denota come molte imprese finali si siano rivolte a subfornitori di altre aree territoriali, mantenendo, comunque, basso il ricorso alla delocalizzazione verso paesi esteri.

Per quanto riguarda i confezionisti, sono quelli che hanno maggiormente risentito della concorrenza delle imprese gestite da imprenditori di nazionalità cinese, concentrate nell'area nord di Modena, ma in misura prevalente in province limitrofe.

Ancora una volta si rileva che la dimensione aziendale non è un fattore rilevante per ottenere buone performance nel mercato.

Mentre invece si evidenzia in modo chiaro che l'andamento migliore riguarda le imprese che realizzano un prodotto completo (confezioni e maglieria)

Le strade da percorrere che individuano ed intraprendono gli imprenditori per competere nel settore sono: l'innovazione, il marchio, la rete commerciale e distributiva, la creatività, la ricerca, il marketing, il valore aggiunto del servizio, la collaborazione tra le imprese.

In ogni caso le imprese del distretto avranno bisogno di una filiera integra, qualificata ed efficiente che si può trovare solo nel sistema dei distretti.

La scelta strategica deve essere quindi il mantenimento di una filiera produttiva rinnovata che, sia di fronte alla delocalizzazione che alla crescita qualitativa del prodotto possa mantenere forti aspetti di innovazione ed efficienza sul nostro territorio.

Emerge in modo incisivo che non esiste una ricetta per tutte le imprese poiché ogni azienda è diversa negli obiettivi e nelle strategie di mercato, ma per competere in un mercato così complesso come quello del mondo della moda occorre un lavoro comune ed una unità di intenti tra i diversi attori che popolano l'universo di questo settore.

GLI INTERVENTI A SOSTEGNO DI CNA FEDERMODA

Dopo la presentazione degli andamenti congiunturali ci soffermiamo brevemente sulle azioni che CNA Federmoda sta promuovendo a sostegno del settore tessile-abbigliamento e che ci hanno visto intraprendere iniziative unitamente alle imprese, alle altre associazioni imprenditoriali, organizzazioni sindacali, enti locali ed istituzioni.

Tra i tanti si segnalano alcuni interventi:

1) LOTTA ALLA CONCORRENZA SLEALE .

E' ancora un problema molto sentito dalle imprese di tutta la filiera e che evidenzia sia la presenza sul territorio di laboratori che operano senza rispettare le norme, sia un'importazione di notevoli quantità di prodotti finiti destinati al mercato a prezzi incredibilmente bassi.

Crediamo si debba continuare nell'azione che gli Enti preposti stanno svolgendo di controllo del territorio per garantire alle imprese un rispetto della concorrenza leale da parte di tutti i soggetti che operano nel settore.

Ci siamo adoperati e continueremo a farlo, per attivare tutte le procedure utili a monitorare situazioni di dumping e favorire azioni di segnalazione verso l'OMC.

Considerare a tutti i livelli la necessità di "reciprocità". Se il mercato non fosse caratterizzato dal dumping e dalla concorrenza sleale, non ci farebbe tanta paura né la Cina né l'India.

In India ed in Cina ci sono tasse regionali, locali, ecc., che portano a far sì che il sovrapprezzo dei prodotti arrivi a superare il 100% riducendo la possibilità di vendita su questi che rappresentano i mercati del futuro.

2) TUTELA DEL MADE IN ITALY – OBBLIGATORIETA' ORIGINE EXTRA UE – TRACCIABILITA' VOLONTARIA.

Continuare nella richiesta di approvazione della Legge sul "Made in Italy" per i prodotti la cui ideazione, lavorazione e confezione avvengono interamente in Italia, anche con materia prima e semilavorati importati.

Questo risultato sarebbe a nostro parere fondamentale per mantenere la filiera in Italia e per rappresentare le merci prodotte integralmente nel nostro paese e non prodotti "perfezionati in Italia".

Sono inoltre da intensificare i controlli verso chi sostituisce le etichette straniere con quella italiana.

Seguire il percorso per l'approvazione del Regolamento al quale l'Unione Europea ha dato il primo sì relativo all'etichettatura obbligatoria per le merci extra europee, sarà un lavoro lungo in quanto a tutt'oggi importanti Paesi del Nord Europa stanno osteggiando l'approvazione.

Occorre tutelare sia le imprese che i consumatori in riferimento ai requisiti di legge ed ai prodotti che creano danni alla salute e sulla contraffazione del brand e del Made in Italy.

Centrocot, il centro tessile cotoniero di Busto Arsizio, ha effettuato le analisi di campioni di merci prelevati presso supermercati, negozi ed ambulanti in Europa. Il 50% non portano indicazioni di origine e la maggior parte di quelli importati non sono conformi ai requisiti di legge e creano danni alla salute.

Occorre sostenere fortemente il **Made in Italy** come bene del Paese e riconoscere valore per le imprese, considerando anche il valore etico che rappresenta il rispetto del marchio:

- * PIL: prodotto dal sistema moda è alto,
- * Occupazione: solo nella provincia di Modena sono oltre i 16.000 gli addetti tra dipendenti ed indipendenti,
- * Diritti: è purtroppo una realtà lo sfruttamento del lavoro minorile ed il mancato rispetto dei diritti dei lavoratori, ma soprattutto umani che si verificano in alcuni Paesi,
- * Salute e prevenzione: molte indagini ci dicono quali coloranti, vietati in Italia sono utilizzati e di conseguenza l'aumento delle dermatiti da contatto,
- * Ambiente: un Paese che immette nell'ambiente sostanze tossiche o cancerogene è un problema per tutto il mondo non solo per quel paese.

In una parola le imprese chiedono, **etica**, per valorizzare il loro lavoro e per mettere in condizioni il consumatore di poter scegliere in modo trasparente.

E' inoltre necessario produrre iniziative di controllo sistematico alle dogane al fine di intercettare importazioni di merci contraffatte.

La carta di identità e la "tracciabilità" dei prodotti è di importanza rilevante come lo è la necessità di verifiche approfondite su questo fenomeno.

Sostenere tutte le azioni volte alla realizzazione di un sistema di "tracciabilità dei prodotti" anche al fine di percorrere una strada utile ad una certificazione etica ed ambientale.

Per diffondere questi aspetti e per consentire una maggiore conoscenza del settore CNA Federmoda di Modena ha collaborato con Federconsumatori ed altri soggetti alla realizzazione di un progetto contro la contraffazione (sia del brand che dell'origine) in quasi tutte le scuole superiori del territorio modenese.

Inoltre stiamo collaborando con Carpi Formazione alla sperimentazione di un percorso di "tracciabilità volontaria" con imprese del distretto.

3) PROVVEDIMENTI DI NATURA FISCALE.

Attenzione e monitoraggio degli studi di settore affinché siano adeguati all'attuale situazione delle imprese e tengano conto della trasformazione in atto nel settore.

Agevolazioni per favorire la trasmissione d'impresa ed il ricambio generazionale; per attuare partnership ed alleanze; per una uscita morbida dal settore di imprenditori vicini all'età pensionabile e con realtà marginali costituite dal solo titolare e/o da un collaboratore familiare.

4) EXPORT ED INTERNAZIONALIZZAZIONE.

Occorre un impegno, anche da parte delle istituzioni per sostenere le imprese che decidono di aprirsi a mercati esteri: attivando iniziative promozionali e contributi finanziari che aiutino le piccole medie imprese, anche quelle che stanno promuovendo un nuovo marchio, ad affermare la loro presenza sui mercati internazionali.

La presenza di ExpoModena, Consorzio all'export, è uno strumento a disposizione delle imprese per ottenere servizi, attività ed informazioni chiare, semplici e poco costose. Inoltre, il nuovo nato servizio CNA INTERNAZIONALIZZAZIONE, è in grado di offrire alle imprese che esportano o vogliono esportare informazioni sulle normative dei vari paesi e convenzioni con esperti per supportarle nei diversi momenti commerciali.

5) INNOVAZIONE E RICERCA.

La creatività, la capacità di innovare nelle produzioni, di fare ricerca sui materiali e sulle tendenze e la promozione di marchi propri, sono i maggiori caratteri di distinzione delle imprese della nostra realtà provinciale.

Per fare questo le imprese stanno investendo sia nella creatività sia nella tecnologia innovativa, occorre quindi individuare ed indirizzare strumenti agevolativi al supporto significativo di tali azioni.

E' ormai diffusa la conoscenza del fatto che nel settore tessile-abbigliamento l'innovazione principale è rappresentata dalla realizzazione del campionario.

Il riconoscimento dei costi per la realizzazione del campionario (sia esso studiato dalle imprese finali che da quelle di subfornitura) come spese di ricerca deve essere un punto fermo per tutte le normative sia nazionali che regionali, congiuntamente a stanziamenti adeguati.

6) FORMAZIONE E ORIENTAMENTO AL SETTORE.

Le imprese stanno segnalando la mancanza di personale qualificato in diversi punti della filiera. Sono figure come la modellista, l'incettatrice le più richieste, ma oggi si cercano anche confezioniste e tagliatrici, il problema è che occorre personale qualificato in quanto la produzione delle imprese è spostata su una fascia di prodotto qualitativamente elevato che consente loro di poter competere sulla qualità e non sul prezzo.

Per affrontare questo problema occorre sicuramente una parte legata alla formazione che dovrà vedere l'ente di formazione del distretto attivo in questo settore, ma CNA Federmoda crede che non sia sufficiente per attrarre giovani in un settore che per anni ha rivestito nell'immaginario collettivo l'idea di decadenza.

Per questo motivo ci siamo attivati offrendo la nostra collaborazione al Settore Istruzione del Comune di Modena rivolgendo alle scuole di indirizzo moda e non solo, un progetto affinché possa essere più chiaro agli studenti cosa è il settore moda e come è strutturato e quali prospettive può ancora vantare.