

Il controcanto di Andrea Rinaldi

**BOLOGNA CITTÀ DELLA MODA?
DIFFICILE, MA NON IMPOSSIBILE**



Oltre 177 fashion show, 5 nuove aperture di negozi, 8.200 ingressi (+40%) al Fashion hub, 31.400 follower su Instagram (21.500 a febbraio 2015) e 70.600 su Facebook (57.281 a febbraio). È la Settimana della moda di Milano, bellezza, e Bologna non può farci niente. Hai voglia annunciare urbi et orbi «città della moda» e «fashion show» a ogni nuova iniziativa. Come è successo per il Creative lab nato dalla sinergia tra Università di Bologna e l'azienda Imperial Fashion. Bologna (e buona parte della regione) scontano un deficit organizzativo e una man-

canza di sostegno non da poco. Fa molto vorrei ma non posso e i risultati ahinoi si vedono. C'è una nutrita e preziosa truppa di imprenditori nel settore dell'abbigliamento che si sposta quasi in sordina a eventi di richiamo mondiale, a Milano o a Firenze con Pitti. Perché di queste aziende leggiamo solo quando presentano collezioni e le ignoriamo il resto dell'anno? Dal tessile del Modenese, alle pelletteria di Parma, al calzaturiero di San Mauro passando di nuovo per i vestiti di Rimini e Bologna, perché non si riesce a organizzare una squadra, comunicati-

vamente vincente? Faville ne fa già, ma sono tutti, giustamente, battitori liberi. Perché non strutturare un metodo come è successo per Expo, e che abbiamo visto essere vincente? Bologna pecca spesso di superbia nei confronti degli altri capoluoghi e prima di proclamarsi città della moda dovrebbe fare una serie analisi di coscienza. Lo sosteneva su queste pagine proprio un bolognese che nel fashion si è reinventato, Massimiliano Bizzi, inventore del White Show: «Bologna ha potenzialità nella moda? No, lo trovo difficile. Cioè qualcosa tipo White? Non credo. Moda è una parola grande». Prima di rivendicare il ruolo di capofila occorre costruirsi un solido curriculum. Una mano la sta dando Alberto Masotti, ex patron de La Perla, che ha da poco presentato «Fashion Research Italy», un progetto ambizioso e visionario, come devono essere quelli che vogliono arrivare lontano: una fondazione no profit per far studiare e valorizzare le eccellenze della moda emiliano-romagnola, troppo sfilacciata, a cominciare dalle università. «Il triangolo della moda resta Milano-Firenze-Roma — ha detto Masotti — la nostra non è un'iniziativa concorrenziale ma una "lampadina" che offre un servizio qualificato per formare i manager internazionali del domani».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le lettere

vanno inviate a:

Corriere di Bologna
Via Baruzzi 1/2,
40138 Bologna
e-mail: lettere@
corrieredibologna.it
Fax: 051.3951289
oppure a:
andrea.rinaldi@rcs.it
mdeglesp@gmail.com

