

IN EMILIA-ROMAGNA

Design, in Regione 28mila imprese creano un valore per 125 miliardi

Da Banca Ifis un report sul rapporto tra economia e bellezza
Focus sulle eccellenze della Food Valley e della Motor Valley

Selezionati i casi di Ducati Motor e Gran Deposito Aceto Balsamico Giusti

REGGIO EMILIA. Dall'aceto balsamico tradizionale alle auto sportive si dipana un ecosistema emiliano - fortemente italiano - incentrato sul valore aggiunto della bellezza. Un tratto distintivo sia naturale che produttivo, in cui in Italia si contano luoghi, attori e servizi, e in grado di produrre il 17,2% del Pil nazionale: 6% da fruizione del patrimonio culturale e paesaggistico a cui si aggiunge l'11,2% da produzione delle aziende made in Italy "design-driven".

A crearlo sono 340mila imprese italiane per un valore aggregato di 682 miliardi di euro. L'Emilia-Romagna contribuisce a questo ecosistema con 28mila imprese "design-driven" che producono bellezza a iosa per un valore di 125 miliardi di euro, seconde solo a quelle della Lombardia.

E quanto emerge dal Market Watch di Banca Ifis in cui si sottolinea come un territorio che sviluppa bellezza genera valore economico, imprenditoriale e sociale. In Italia c'è un museo, monumento o un'area archeologica ogni 50 chilometri quadrati e sono 128 milioni le persone che ogni anno fruiscono del patrimonio italiano. In Emilia-Romagna i valori salgono di intensità. Qui, infatti, emerge grazie all'esempio

delle filiere diffuse della Food Valley e della Motor Valley, con i casi specifici di Acetaia Giusti e Ducati analizzati nel Market Watch di Banca Ifis (che per la prima volta nella sua storia, è gold partner del Padiglione Venezia in occasione della 17esima Mostra Internazionale di Architettura, evento per il quale ha realizzato il report).

Nello studio viene tracciata l'importanza dell'ossatura meccanica e innovatrice formata dai 200 chilometri lungo i quali corre la Motor Valley emiliana, dentro la quale prende sempre più peso anche Reggio Emilia con lo sbarco della maxi fabbrica del gruppo cino-americano Silk-Faw a Gavassa.

Tutto il sistema Emilia-Romagna è un esempio di pianificazione strategica di filiera di tipo manageriale con forte orientamento al risultato. Il capoluogo Bologna ha promosso l'«esperienza urbana» in molteplici sue forme (green, outdoor, sport, eventi e food) come leva turistica attrattiva, favorendo la share economy e la qualità della ricettività extralberghiera (+104% le strutture dal 2015 al 2018) con conseguente incremento dei flussi turistici, di nuove imprese attive nell'hospitality (+10% le imprese di alloggio e ristorazione nel triennio 2015-19) e addetti (+28%). Nell'hinterland industriale emiliano romagnolo sia la Motor Valley sia la più estesa Food Valley sono riuscite, grazie alle eccellenze impren-

ditoriali, raccontate con le esperienze di Ducati Motor e Gran Deposito Aceto Balsamico Giuseppe Giusti, a trasformare i distretti in veri e propri brand di valore internazionale.

«Banca Ifis crede nella cultura e nell'arte come asset strategici di crescita economica e sociale del Paese - spiega Ernesto Furstenberg Fassio, vice presidente di Banca Ifis -. La ricerca realizzata dal nostro ufficio studi, che ha coinvolto importanti rappresentanti dell'ecosistema italiano della bellezza, evidenzia la ricchezza del nostro patrimonio non solo culturale e paesaggistico ma anche imprenditoriale. Un patrimonio in grado di generare un rilevante valore economico e sociale, da preservare e sostenere. La partnership che abbiamo siglato con il Padiglione Venezia è un'ulteriore testimonianza del nostro sostegno a questo settore». Altri casi esaminati sono quelli veneziani di Cipriani Food e dei profumi di Mavive, oltre a quello del museo diffuso dei sensi della città siciliana di Sciacca.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Una delle supercar della cinese Faw, che produrrà a Reggio con Silk