

IMPRESA & TERRITORI

Il Sole **24 ORE**



**Buyer.** Ospite anche la delegazione giapponese

**Pronto moda.** L'intesa con Expo

# Centergross, venti missioni dall'estero

**Natascia Ronchetti**

BOLOGNA

■ Nuovi mercati, in Africa e nell'America Latina. E 24 mila visitatori in più. L'Expo ha spalancato le porte di nuovi sbocchi commerciali al Centergross, uno dei grandi protagonisti del fast fashion made in Italy, alle porte di Bologna: mille brand, una media di diecimila buyer giornalieri, il 60% dei quali stranieri. Dopo la Russia e la Cina il polo emiliano della moda si affaccia su nuovi Paesi. In Africa, entrano Angola, Uganda, Kenya, in Camerun e nel Congo. In America Centrale si muove per la prima volta tra Saint Vincent e Grenadine, Cuba, Grenada. È l'effetto domino innescato dalla partnership con l'esposizione universale, come testimoniato dal convegno "Fashion & Food: eccellenze emiliane a confronto", che a Fano di Argelato ha radunato oltre venti delegazioni straniere. Un meeting (presente anche il ministro all'Ambiente Gian Luca Galletti) che ha fatto da scenario anche alla nuova alleanza con Fico, il grande parco alimentare di Bologna in corso di costruzione al Caab, il centro agroalimentare della città. Una operazione con la quale la Disneyland del cibo (una scommessa del presidente del Caab Andrea Segrè che ha convinto il patron di Eataly Oscar Farinetti e le cooperative di consumatori che fanno capo a Legacoop) e il Centergross si preparano a creare un grande circuito internazionale

delle eccellenze alimentari e della moda nel capoluogo emiliano. «Ci stiamo affacciando sull'Africa - conferma Lucia Gazzotti, presidente del Centergross - che ha un interessante potenziale di crescita e che per noi rappresenta uno dei mercati del futuro. Siamo ai primi passi anche in America Latina ma i presupposti per una espansione ci sono, a partire dalla partecipazione alla prima fashion week di Cuba, che si svolgerà a L'Avana nel maggio del 2016». In entrambi i casi, il Centergross ha raccolto i risultati dell'accordo con l'Expo.

Una intesa che ha già portato il distretto della moda, presente all'esposizione con un proprio stand, a registrare un'impennata dei visitatori dall'inizio dell'anno, con operatori provenienti da tutto il mondo. Alle delegazioni straniere, che da Milano si sono spostate nella provincia di Bologna in occasione del convegno, il distretto del pronto moda ha presentato i suoi numeri. Quelli di un "villaggio" che si estende su una superficie di più di un milione di metri quadrati, con 683 aziende, seimila addetti e un giro d'affari che si aggira intorno ai 5 miliardi all'anno. E che l'esposizione internazionale ha consacrato nel ruolo di piattaforma internazionale del fast fashion, con 400 mila metri quadrati di aree espositive, tra aziende del settore (sono il 70% del totale) e scuola per la formazione di stilisti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

