



COMUNICATO STAMPA

## “LEADING RE-GENERATION”: LE PROPOSTE DEL SISTEMA MODA PER UNA JUST FASHION TRANSITION EUROPEA AL 2030

*Sergio Tamborini, Presidente di Sistema Moda Italia, Flavio Sciuccati, Partner & Director Global Fashion Unit The European House – Ambrosetti e Alberto Zanatta, Vice Presidente di Confindustria Veneto Est, hanno tratto le conclusioni emerse dai due giorni del Summit, fondamentali per ripensare l’approccio alla sostenibilità nell’ottica della “rigenerazione” dell’intero settore moda*

**Venezia, 25 ottobre 2024** – Si è conclusa oggi la **terza edizione del Venice Sustainable Fashion Forum**, il Summit ideato e realizzato da Sistema Moda Italia, The European House – Ambrosetti e Confindustria Veneto Est - Area Metropolitana Venezia Padova Rovigo Treviso, che ha riunito a Venezia **circa 350 persone tra imprenditori, italiani e stranieri, rappresentanti della filiera e stakeholder**.

La **seconda giornata del Forum** si è concentrata sul tema del consumerismo: dalle origini (*Historical Forces in Fashion*) con la storica americana **Sofi Thanhauser**, autrice di “Worn”, alle prospettive e agli scenari futuri della moda (*Consumerism Unveiled: Trends, Numbers, and the Future of Fashion*), tracciati in collaborazione con la società di ricerche Kantar e presentati da **Jonathan Hall**, con l’apporto di **Luca Solca**, Managing Director, Luxury Goods, Sanford C. Bernstein e con un focus sui nuovi modelli di business con l’intervento di **Peter Pernot-Day**, Global Head of Strategy & Corporate Affairs Shein.

A seguire, sono state approfondite le strategie per una consapevole e trasparente responsabilità delle imprese nella supply chain (*Revolutionizing Sustainable Supply Chain Strategies: Responsibility, Transparency and Value Optimization*). Ne hanno parlato **Hakan Karaosman**, Associate Professor, Cardiff Business School; **Chiara Morelli**, Industrial Sustainability Director, Prada Group; **Andrea Sianesi**, President, Fondazione Politecnico di Milano, President, PoliHub; **Andrea Crespi**, Vice Presidente Sistema Moda Italia con delega alla sostenibilità e **Luca Sburlati**, CEO Pattern Group.

Un focus particolare è stato dedicato alle soluzioni pionieristiche per la transizione sostenibile (*Innovation: Pioneering Solutions for a Sustainable Transition*) anche attraverso l’intelligenza artificiale, con l’intervento di **Ken Singer**, Chief Learning Officer and MD, Sutardja Center for Entrepreneurship and Technology, UC Berkeley. Il dibattito è proseguito con gli interventi di **Marco Taisch**, docente di Digital Manufacturing del PoliMI, **Jalaj Hora**, Board Member IPF e former Vice President of Product Innovation and Consumer Creation Nike, **Chiara Mastrotto**, Presidente del Gruppo Mastrotto e **Michela Gioacchini**, Head of Sustainability & Corporate Social Responsibility del Gruppo Tod’s.

**Diana Verde Nieto**, Advisor, UN Department of Economic and Social Affairs e autrice di “Reimagining Luxury”, ha parlato invece di soluzioni per la moda sostenibile (*The Way Forward: Implementing Sustainable Fashion Solutions*).

### Le 5 proposte dello studio Just Fashion Transition 2024

Sono state presentate le **5 proposte e raccomandazioni** emerse dallo studio Just Fashion Transition 2024 elaborato da The European House - Ambrosetti, rivolte alle istituzioni e agli attori del settore, determinanti per il raggiungimento di una transizione giusta ed efficace entro il 2030.

#### 1. Chiudere in fretta il gap regolatorio

Esercitare pressione a livello europeo per accelerare la finalizzazione degli schemi regolatori, al fine di creare le condizioni per le aziende per prendere decisioni di medio-lungo periodo.



## **2. Semplificare gli strumenti finanziari per le PMI**

Semplificare il fardello burocratico per le PMI, mettendole nelle condizioni di investire in sostenibilità fornendo loro un accesso facilitato al credito e offrendo delle condizioni favorevoli.

## **3. Spingere competenze e R&S**

Costruire e diffondere a livello nazionale competenze e centri di competenza, coinvolgendo università e ricerca per testare soluzioni scalabili, sviluppando iniziative per diffondere tra le PMI le competenze necessarie per la transizione e creare una forza lavoro a prova di futuro.

## **4. Promuovere dei Piani Industriali Nazionali del Fashion**

Sviluppare un piano strategico nazionale per identificare modalità per integrare i costi della sostenibilità nelle strutture di prezzo – facilitando l'eradicazione del caporalato, così come la condivisione di tempi, metodi e strumenti per combinare finanziamenti pubblici e privati.

## **5. Concentrare il mercato per aumentare la competitività**

Alimentare il processo di concentrazione del mercato, specialmente tra le PMI, per aumentare la produttività e la capacità di investimento, anche attraverso agevolazioni fiscali e nell'accesso al credito, ma anche finanziamenti pubblici.

### **Le conclusioni del Venice Sustainable Fashion Forum 2024**

Nella sessione conclusiva del Venice Sustainable Fashion Forum, **Flavio Sciuccati, Partner & Director Global Fashion Unit The European House – Ambrosetti, Sergio Tamborini, Presidente di Sistema Moda Italia e Alberto Zanatta, Vice Presidente Vicario di Confindustria Veneto Est** hanno tratto le conclusioni emerse dai due giorni di Forum.

**Sergio Tamborini, Presidente di Sistema Moda Italia** ha spiegato: *“Venezia si conferma un momento aggregativo fondamentale per unire mondi e visioni differenti. Sul palco abbiamo visto insieme la storia, il futuro e le insidie, riguardo alla trasparenza e ai mercati, che il Tessile e Moda ha di fronte. Sono temi che ogni imprenditore affronta in maniera differente pensando a tutelare l'azienda, noi come SMI la filiera tutta, anche di fronte alle incongruenze normative. Quest'anno abbiamo sperimentato una nuova geografia negli eventi del forum, con l'aggiunta di momenti più raccolti dedicati a tematiche che interessano le singole aziende: finanza, circolarità, digitale o greenwashing. Gli imprenditori vogliono essere protagonisti, la finanza resta elemento centrale e prezioso alleato, mentre una piattaforma di abbigliamento, abbiamo visto, può vendere oggi qualcosa e domani veicolare un messaggio a milioni di consumatori: questo è il compito della moda, creare connessioni in tema di sostenibilità e credo che questo sia il nostro vero obiettivo”.*

**Flavio Sciuccati, Partner & Director Global Fashion Unit The European House – Ambrosetti** ha evidenziato: *“Questa terza edizione, che ha visto un'ampia partecipazione e coinvolgimento, ha decretato il pieno successo dell'iniziativa e la sua rilevanza per il mondo della Moda e della sostenibilità. L'insieme di questi fattori ha mostrato che oramai il connubio Moda e sostenibilità è imprescindibile e questo deve essere incentivo per fissare obiettivi sempre più ambiziosi. Abbiamo, oltretutto, avuto la testimonianza del ruolo fondamentale delle nostre filiere che stanno dimostrando la loro eccellenza e unicità e stanno tracciando la strada verso un “Green Made in Italy” ponendo, per la prima volta, al centro del dibattito il tema della redistribuzione del valore lungo l'intera catena da valle (brand e distribuzione) a monte (produzione e materiali). In tale frangente il maggiore valore riconosciuto a monte, e soprattutto alle PMI, consentirà di fare sia quell'innovazione tecnologica che la transizione green che sono indispensabili e urgenti”.*

**Alberto Zanatta, Vice Presidente Vicario Confindustria Veneto Est** ha dichiarato: *“Oggi la sfida è coniugare competitività e sostenibilità, preservare e sostenere ad ogni costo le filiere strategiche del Made in Italy. E per questo sviluppare una visione industriale nazionale che promuova la stretta sinergia tra tutti i protagonisti del settore moda, i grandi marchi, i piccoli marchi e l'intera filiera manifatturiera. Un vero e proprio patto di filiera per una visione sistemica e unitaria del settore, per uno sviluppo equilibrato ed omogeneo e per indicare dove e come è necessario intervenire per rigenerare la competitività. È l'appello che rivolgiamo da Venezia al decisore pubblico, alle istituzioni finanziarie e alla nuova Commissione europea. E, prima ancora, a noi stessi imprenditori della filiera della moda, per vincere insieme la sfida di una transizione giusta e competitiva. Una «sfida esistenziale», per citare Mario Draghi, sulla quale le filiere dei territori raccolti in Confindustria Veneto Est si candidano fin d'ora ad essere laboratorio industriale”.*

## Sostenibilità come opportunità di business

A completare il quadro emerso dal Summit, anche le voci delle aziende che formano il tessuto della filiera del settore. I loro commenti mostrano come sia evidente la necessità di integrare le pratiche sostenibili per far crescere la competitività e intraprendere iniziative condivise lungo tutta la supply chain. Di seguito le voci delle aziende:

**Alessandro Pacenti, Presidente di Consorzio Physis:** *“La sostenibilità e gli obblighi normativi stanno ridefinendo le dinamiche del mercato globale. A lungo termine, le aziende che sapranno integrare pratiche sostenibili vedranno crescere la loro competitività. Tuttavia, la differenza verrà data dai cambiamenti culturali all'interno degli stakeholder di mercato e da una tracciabilità sempre più elevata di tutta la supply chain. Fondamentale, infine, sarà la tutela delle nostre filiere rispetto agli investimenti che il mercato e le normative richiedono.”*

**Luca Cartocci, CEO di LEAF Foundation:** *“Nello scenario attuale, la sostenibilità può trasformarsi da importante opportunità di business in una sorta di spada di Damocle sulla testa dei fornitori. Occorre intraprendere iniziative condivise con i brand che consentano di proseguire nel percorso virtuoso verso una vera e trasparente sostenibilità sia in tema di ambiente che di responsabilità sociale. L'Italia può diventare il trampolino di lancio per una iniziativa che accomuni tutti i soggetti della filiera attraverso la condivisione degli sforzi necessari al successo.”*

**Luigi Fontanesi, Partner di Greenberg Traurig Santa Maria:** *“In uno scenario sempre più regolato dagli obblighi di sostenibilità, le aziende del fashion potrebbero considerare la compliance non solo come dovere, ma come leva strategica, poiché in grado di creare vantaggi competitivi duraturi e garantire un posizionamento di leadership nel mercato. Aggiornarsi e muoversi in anticipo significa essere pronti ad affrontare le sfide di domani, oggi.”*

**Silvia De Bortoli, Head of Marketing, Communication & Sustainability di D.B. Group:** *“Integrare la sostenibilità nelle logiche di business implica la necessità di ripensare alle catene del valore: collaborazione di filiera e circolarità diventano cruciali per il successo a lungo termine. Una logistica sostenibile, per esempio scegliendo infrastrutture di magazzino certificate, mezzi a basse emissioni oppure ottimizzando le rotte e i viaggi a vuoto, contribuisce senza dubbio alla riduzione degli impatti ambientali e dei costi.”*

**Alessandro Di Benedetto, Sales Manager Fashion & Luxury di DNV:** *“Lo scenario è complesso e gli obblighi di compliance sono decisamente onerosi ma virtuosi. Da oltre 160 anni DNV ha dimostrato di essere un Partner autorevole e di successo. La differenza la fanno le Persone e noi crediamo che investire in un Team che possa comprendere le diverse esigenze e dare risposte consistenti in tempi rapidi sia fondamentale...con l'ambizione di fornire il massimo livello di Assurance e Integrità che solo un Global Independent Trust Provider può e deve dare.”*

**Corrado Brondi, fondatore e CEO di Give Back Beauty:** *“Il tema della sostenibilità è una grande opportunità per il nostro gruppo, che può far leva sulle competenze distintive maturate nel corso del tempo, nel processo di sviluppo di prodotti socialmente responsabili che, senza rinunciare a qualità e performance, sono in grado di rispettare il pianeta e gli essere umani.”*

**Annalisa Areni, Regional Manager Sud di UniCredit:** *“Il settore del Fashion gioca un ruolo cruciale nelle sfide legate alla sostenibilità. Abbiamo di fronte uno scenario estremamente mutevole, ma chi saprà far evolvere il proprio modello di business potrà godere di un importante vantaggio competitivo sui mercati. Come UniCredit, continueremo ad essere al fianco delle imprese italiane, determinati ad incentivare l'adozione di comportamenti virtuosi, in linea con i 3 fattori ESG.”*

**Pietro Bertelli, Responsabile Strategic Marketing di Alperia:** *“La pressione normativa in ambito sostenibilità può essere una grande opportunità per le imprese che vogliono aumentare la propria competitività. Alperia vuole mettere a disposizione delle aziende del settore Moda tutte le competenze e le risorse necessarie per raccogliere e dare valore ai dati ESG, con l'obiettivo di ridurre i costi operativi e migliorare le prestazioni ambientali.”*

Venice Sustainable Fashion Forum viene realizzato con il contributo di Camera di Commercio Venezia Rovigo e di numerosi operatori del settore esteso: Alperia Green Future, Fondazione Leaf & Consorzio Physis, D.B. Group, DNV, Give Back Beauty, Greenberg Traurig Santa Maria, Unisalute, UniCredit, Gruppo Mastrotto, Nice Footwear, Acimit, Assomac, Clerici Tessuto, DedaStealth, Guess Europe, Holding Moda, MTWH, Pattern Group, Process Factory.

---

**Sistema Moda Italia (SMI)** è una delle più grandi organizzazioni mondiali di rappresentanza degli industriali del tessile e moda del mondo occidentale. La Federazione rappresenta un settore che, con poco meno di 400.000 addetti e poco meno di 50.000 aziende, costituisce una componente fondamentale del tessuto economico e manifatturiero italiano ed europeo. La Federazione si propone di tutelare e promuovere gli interessi del settore e dei suoi associati e rappresenta in esclusiva l'intera filiera, a livello nazionale e internazionale, nei rapporti con le istituzioni, le amministrazioni pubbliche, le organizzazioni economiche, politiche, sindacali e sociali. In particolare, l'operatività di SMI contribuisce a rendere il tessile e moda uno dei settori economicamente più importanti dell'Industria italiana. SMI rappresenta le industrie dell'intera filiera ed è l'interlocutore ufficiale di istituzioni e organizzazioni nazionali ed internazionali. È la Federazione nazionale di Categoria, un'organizzazione mista, fortemente orientata ad un'integrazione con il territorio. Possono essere soci della Federazione, oltre alle imprese, le Associazioni. Aderisce a Confindustria ed è il socio fondatore più rappresentativo di Euratex, Organizzazione Europea del Tessile Abbigliamento.

**TEHA Group**, controllata da **The European House – Ambrosetti**, è una società di circa 300 persone attiva sin dal 1965 e cresciuta negli anni in modo significativo grazie al contributo di molti Partner, con numerose attività in Italia, in Europa e nel Mondo. Il Gruppo ha una presenza diffusa in tutta Italia e diversi uffici esteri, oltre ad altre partnership nel mondo. La sua forte competenza è la capacità di supportare le aziende nella gestione integrata e sinergica delle quattro dinamiche critiche dei processi di generazione di valore: Vedere, Progettare, Realizzare e Valorizzare.

Ogni anno serviamo nella Consulenza circa 1.500 clienti realizzando più di 350 Studi e Scenari strategici indirizzati a Istituzioni e aziende nazionali ed europee e circa 120 progetti per famiglie imprenditoriali. A questi numeri si aggiungono circa 3.000 esperti nazionali ed internazionali che ogni anno vengono coinvolti nei 750 eventi realizzati per gli oltre 18.000 manager accompagnati nei loro percorsi di crescita.

Il Gruppo beneficia di un patrimonio inestimabile di relazioni internazionali ad altissimo livello nei vari settori di attività, compresi i responsabili delle principali istituzioni internazionali e dei singoli Paesi.

Dal 2013 TEHA Group è stata nominata nella categoria "Best Private Think Tanks" - 1° Think Tank in Italia, 4° nell'Unione Europea e tra i più rispettati indipendenti al mondo su 11.175 a livello globale (fonte: "Global Go To Think Tanks Report" dell'Università della Pennsylvania). TEHA Group è stata riconosciuta da Top Employers Institute come una delle 147 realtà Top Employer 2024 in Italia. Per maggiori informazioni, visita il sito [www.ambrosetti.eu](http://www.ambrosetti.eu)

**Confindustria Veneto Est (CVE)** è l'associazione delle imprese industriali e dei servizi innovativi che operano nell'area metropolitana Venezia Padova Rovigo Treviso. Per dimensioni e rappresentatività, è la seconda associazione di tutto il Sistema Confindustria, con oltre 5.000 imprese associate, produttrici di beni e servizi in 21 settori merceologici, e oltre 270.000 collaboratori. Opera in un territorio chiave della cultura d'impresa e dell'economia italiana, con vocazione alla manifattura avanzata e proiezione internazionale, innovazione tecnologica e turismo, con un PIL aggregato di 95 miliardi di euro, 1,1 milioni di occupati di cui 412mila nell'industria, esportazioni per 38,3 miliardi. CVE è impegnata nella rappresentanza e tutela degli interessi delle imprese associate nei confronti di istituzioni del territorio, nazionali ed internazionali, amministrazioni pubbliche, organizzazioni economiche e sociali, mondo della scuola, università e ricerca, finanza. E in favore di una politica industriale, regionale, nazionale ed europea per la competitività. Con 150 professionisti e le proprie business unit, offre servizi e consulenza specialistica e integrata in tutti i settori di interesse aziendale, con l'obiettivo di supportare il sistema di piccole, medie e grandi imprese e le filiere nelle sfide della transizione verde e digitale e in ambito ESG, sviluppare il territorio e la sua attrattività. Dal 2022 organizza l'evento annuale "Settimana della Sostenibilità". È certificata per la parità di genere.

∞ ∞ ∞

## **Contatti stampa**

### **Comunicazione Sistema Moda Italia**

Cristina Fava +39 3356281872

[Cristina.fava@vsff.it](mailto:Cristina.fava@vsff.it)

[comunicazione@sistemamodaitalia.it](mailto:comunicazione@sistemamodaitalia.it)

### **The European House – Ambrosetti**

Maria Antonietta Morello +39 3341140228

Laura Vecchi +39 3355311465

Federica Mancini +39 3480005586

[vsff@webershandwickitalia.it](mailto:vsff@webershandwickitalia.it)

### **Confindustria Veneto Est**

Sandro Sanseverinati +39 3483403738

[s.sanseverinati@confindustriavenest.it](mailto:s.sanseverinati@confindustriavenest.it)

Leonardo Canal +39 3351360291

[l.canal@confindustriavenest.it](mailto:l.canal@confindustriavenest.it)

[stampa@confindustriavenest.it](mailto:stampa@confindustriavenest.it)