VENICE SUSTAINABLE FASHION FORUM

SHAPING TOMORROW
5th EDITION
NOVEMBER 5th, 6th
FONDAZIONE GIORGIO CINI
VENICE

COMUNICATO STAMPA

VENICE SUSTAINABLE FASHION FORUM 2026
MODA, DA VENEZIA LA SFIDA AL 2035: INNOVARE PER CONTINUARE A PRODURRE IN ITALIA

La quinta edizione del Forum si chiude con un'agenda per imprese e istituzioni: intelligenza artificiale, nuovi materiali e alleanza Italia–Francia per rafforzare le filiere. Alla politica la richiesta di investimenti stabili, regole certe e sostegno alle competenze.

Venezia, 6 novembre 2026 – Dare alla filiera della moda italiana ed europea una prospettiva industriale di lungo periodo, mettendo le imprese nelle condizioni di investire, innovare e continuare a produrre sul nostro territorio, in maniera sostenibile e competitiva. È il messaggio che il Venice Sustainable Fashion Forum rivolge alla politica e agli attori della filiera al termine della quinta edizione, ospitata il 5 e 6 novembre alla Fondazione Giorgio Cini, sull'Isola di San Giorgio a Venezia.

Promosso da Confindustria Moda e Confindustria Veneto Est, con il titolo "Shaping Tomorrow", il Forum collega la tutela del patrimonio manifatturiero alla capacità di trasformarlo. L'agenda conclusiva di "Road to 2035" affianca alle richieste alle istituzioni gli impegni delle imprese: collaborazione tra brand e fornitori, innovazione applicata, circolarità economicamente sostenibile, messa in campo di adeguate leve finanziarie, legalità e sviluppo delle competenze.

Road to 2035: le priorità politiche e le proposte operative

Confindustria Moda e Confindustria Veneto Est rivolgono alle istituzioni nazionali ed europee **cinque proposte** per un'azione pragmatica, elaborate con il contributo dell'advisor scientifico TEHA e fondate su tre pilastri: innovazione, circolarità e resilienza. Le proposte partono dai distretti e dalle filiere in cui la moda viene prodotta e indicano a chi guida, i passi da compiere e le tempistiche, dal 2026 al 2035: alle imprese e alle associazioni spetta la loro parte; alla politica si chiede di creare le condizioni pubbliche per sostenere gli investimenti e le decisioni operative. Le proposte si collocano nell'orizzonte del **Piano Strategico Nazionale della Moda** (realizzato da Confindustria Moda e Confindustria Accessori Moda), che collega innovazione e AI, circolarità, legalità e capitale umano.

Investimenti stabili e innovazione nelle PMI: alla politica si chiede continuità negli strumenti di sostegno a ricerca, AI e transizione, con un accesso più semplice ai finanziamenti nazionali ed europei. A questo obiettivo lo studio TEHA affianca tre azioni: innovation manager condivisi tra reti di PMI per il supporto ai bandi; l'integrazione dei segnali climatici nella pianificazione di collezioni, consegne e acquisti; un tavolo permanente dell'ecosistema lifestyle, che riunisce moda, casa, bellezza, ospitalità e cultura.

Accordi di filiera e investimenti condivisi: alle istituzioni e al sistema bancario è richiesto di favorire l'accesso alle risorse, in modo che i fornitori possano programmare investimenti e crescita; alle imprese di incrementare azioni di rete, per condividere costi, rischi e benefici. Significative le linee operative indicate dallo studio: patti pluriennali tra brand e fornitori strategici, fondati su impegni di durata o volume, cofinanziamenti o garanzie e risultati verificabili. Lo studio propone sperimentazioni in due o tre distretti, con il coinvolgimento delle banche nel finanziamento della filiera.

Circolarità, infrastrutture e domanda di mercato: la politica è chiamata a definire con urgenza un quadro operativo chiaro per l'EPR tessile, a rimuovere le penalizzazioni delle opzioni circolari e ad accompagnare la realizzazione delle infrastrutture; alla filiera spetta garantire qualità e continuità

della domanda. I passaggi concreti riguardano la creazione di domanda di fibre riciclate, con obiettivi graduali, tracciabilità, acquisti pubblici e impegni di acquisto dei brand, oltre allo sviluppo di poli distrettuali di selezione e pretrattamento, sostenuti da un osservatorio condiviso dei costi.

Legalità e regole equivalenti sul mercato: la richiesta alle istituzioni è di affiancare al presidio delle condizioni di lavoro controlli efficaci sulle importazioni, compresi i piccoli invii, e di applicare ai prodotti importati le stesse regole europee, per tutelare persone, imprese corrette e valore della manifattura. Sul piano operativo, TEHA propone di condividere tra più clienti una valutazione sociale e del lavoro verificata, per ridurre la duplicazione degli audit, e di pubblicare un rapporto annuale di settore con indicatori verificabili.

Competenze e continuità del patrimonio manifatturiero: sono necessarie politiche di programmazione dei fabbisogni, ITS, apprendistato e formazione continua, per rendere i mestieri della moda attrattivi per i giovani. Concretamente sarebbe necessaria la programmazione delle assunzioni per profilo e distretto, la formazione continua e canali di reclutamento regolari e tracciabili.

Alle istituzioni il messaggio è di dare coerenza a queste priorità, con misure certe e risultati verificabili. La collaborazione Italia–Francia può contribuire a costruire posizioni comuni in Europa, mentre i distretti possono diventare luoghi di sperimentazione e attuazione. Alle imprese spetta trasformare questo impegno in progetti e investimenti: sostenibilità e competitività richiedono un impegno condiviso tra chi definisce le regole, chi finanzia e chi produce.

DICHIARAZIONI

Luca Sburlati, Presidente di Confindustria Moda

«Alla politica chiediamo di riconoscere il Tessile Moda come una delle priorità industriali del Paese dando una prospettiva di lungo termine. Abbiamo imprese, competenze e tecnologie per affrontare la trasformazione, ma servono continuità nelle misure, accesso agli investimenti e regole chiare e certe che permettano a chi produce responsabilmente di competere nel mercato globale: questa è sostenibilità. Il Piano Strategico Nazionale 2035 della Moda nasce per tenere insieme innovazione, circolarità, legalità e capitale umano: quattro ambiti che devono diventare parte di un'unica agenda industriale indipendente dai colori politici. Anche noi imprese dobbiamo fare la nostra parte, rafforzando le relazioni tra brand e filiera e condividendo il rischio degli investimenti. Difendere il Made in Italy significa mettere la sua manifattura nelle condizioni di evolvere e di restare in Italia, offrendo opportunità alle nuove generazioni impedendo che vadano altrove».

Andrea Favaretto Rubelli, Vice Presidente Gruppo Sistema Moda di Confindustria Veneto Est

«Shaping Tomorrow ci invita a immaginare l'industria di domani e creare oggi le condizioni perché possa continuare a crescere e competere. Abbiamo parlato di tutela delle filiere della moda, asse portante del Made in Italy, per cui legalità e integrità sono valori che non ammettono compromessi. La transizione alla sostenibilità va promossa accompagnando gli investimenti con norme certe. Investendo sulle competenze e le tecnologie, AI in primis, per rendere effettiva l'innovazione e lo sviluppo di nuovi prodotti. Abbiamo guardato all'evoluzione dei consumi, anche per effetto dei cambiamenti climatici. Le proposte devono partire dai territori, e il Veneto si candida ad essere laboratorio nazionale di sinergia tra distretti, brand e fornitori. Ma le soluzioni richiedono una forte alleanza a livello nazionale ed europeo e una politica industriale di lungo periodo. Shaping Tomorrow significa assumersi la responsabilità di scelte chiare, per avere nel 2035 un'industria più forte e più sostenibile, capace di generare nuovo valore e mantenere la leadership del nostro Paese nel sistema Moda».

VENICE
SUSTAINABLE
FASHION
FORUM

SHAPING TOMORROW
5th EDITION
NOVEMBER 5th, 6th
FONDAZIONE GIORGIO CINI
VENICE

Una sintesi della seconda giornata: dalle strategie alle applicazioni industriali

La seconda giornata, aperta dagli interventi di Lara Ponti, Vicepresidente per la Sostenibilità di Confindustria, e Stefano Festa Marzotto, Presidente di IAF, ha approfondito come tradurre le strategie in decisioni operative. In "Driving transformation", Andrea Rosso di OTB ha messo a fuoco il mandato dei vertici e l'integrazione tra direzione creativa, CEO, CFO e sostenibilità su ordini, produzione, giacenze e fornitori; Davide Triacca di Salvatore Ferragamo ha affrontato i percorsi di attuazione lungo la filiera. Michele Gasparini, Vicepresidente per la Sostenibilità di ANFAO e Plant Director di Trenti Industria Occhiali, ha collegato efficienza produttiva, riduzione degli scarti e misurazione delle prestazioni, anche con la certificazione ambientale Certified Sustainable Eyewear.

Con Federica Marchionni, CEO di Global Fashion Agenda, il confronto ha affrontato rischio idrico e risposte collettive nel settore, con il ruolo dei CFO nel valutare i rischi di sostenibilità e orientare gli investimenti. Al panel ha partecipato Erika Andreetta, Partner di PwC Italy ed EMEA Fashion & Luxury Leader. Sul versante innovazione, con "AI wear the change", Eugenio Puddu e Gianluca Loparco di Deloitte hanno affrontato il contributo dell'intelligenza artificiale a competitività e sostenibilità. Hanno indicato come dati affidabili possano supportare ricerca dei prodotti, esperienza del cliente, pianificazione di approvvigionamenti e produzione e decisioni di filiera più efficienti e tracciabili, e come prototipazione virtuale e ottimizzazione dei materiali possano ridurre sprechi e tempi di sviluppo.

Nel dialogo con Andrea Cabrini, Sandro Veronesi, Presidente di Oniverse, ha portato al centro la propria visione del futuro e le tre dimensioni della sostenibilità – ambientale, sociale ed economica – nell'esperienza del gruppo.

Il tessile ha guardato oltre la moda, verso mercati ad alto contenuto tecnologico, dallo spazio agli ecosistemi marini. In "Innovation that matters", Marcello Azzoni di Spacewear ha portato l'esperienza dell'abbigliamento per astronauti in ambiente intraveicolare, in cui design, ergonomia e materiali avanzati si integrano con smart textiles. Cristina Leone, Presidente del Cluster Tecnologico Nazionale Aerospazio (CTNA), ha affrontato il contributo dei tessili tecnici alla filiera aerospaziale, dove servono affidabilità, qualificazione e collaborazione tra grandi operatori e PMI: su questo tema si inserisce il White Paper "Technical Textiles for Space", sviluppato nell'ambito del CTNA dal gruppo di lavoro coordinato da Confindustria Moda. Fabrizio Picariello, CEO Tex Tech, ha raccontato l'evoluzione di Tex Tech dalla manifattura tradizionale alle antenne dispiegabili per satelliti e ai progetti di strutture tessili per la rigenerazione degli habitat marini. Sul versante opposto, Roberto Bardini, CEO di RRD, ha introdotto il trasferimento di tecnologie dallo sport e dal tessile tecnico all'outerwear.

Sul fronte dei materiali, Marinella Levi del Politecnico di Milano ha proposto una valutazione fondata su funzione, prestazioni e responsabilità lungo il ciclo di vita: la scelta tra fibre naturali, sintetiche e nuove soluzioni deve partire dall'applicazione. Simon Whitmarsh-Knight di Hyosung ha affrontato lo sviluppo dell'elastan biobased e le condizioni per portarlo verso una scala industriale. Marco Bardelle di MagnoLab ha presentato la collaborazione nella filiera biellese per un filato pettinato con il 50% di lana riciclata da scarti pre-consumo.

Sul piano europeo, in "Shaping Together", Carlo Capasa, Presidente della Camera Nazionale della Moda Italiana, Pascal Morand, Presidente esecutivo della Fédération de la Haute Couture et de la Mode, e Luca Sburlati, Presidente di Confindustria Moda, hanno portato al centro il lavoro sinergico Italia–Francia: la complementarità tra creatività, brand e manifattura offre una base per priorità comuni e per il confronto con le istituzioni europee sulla competitività del sistema.

VENICE
SUSTAINABLE
FASHION
FORUM

SHAPING TOMORROW
5th EDITION
NOVEMBER 5th, 6th
FONDAZIONE GIORGIO CINI
VENICE

FARE SISTEMA PER DARE FORMA ALLA MODA DI DOMANI

Innovazione, sostenibilità e competenze: il futuro della moda richiede una visione condivisa e investimenti concreti.
I partner del Venice Sustainable Fashion Forum 2026 hanno contribuito al confronto con esperienze e prospettive complementari.Dai materiali alla tecnologia, dalla finanza al capitale umano, il loro contributo accompagna la trasformazione della filiera.
Le loro voci raccontano priorità e impegni per costruire un'industria più competitiva e responsabile.

Eugenio Puddu, Consumer Product Leader di Deloitte Central Mediterranean *"La moda è una delle espressioni più alte del saper fare italiano: una filiera che trasforma il bello e il ben fatto in valore economico e occupazione, grazie alla qualità manifatturiera, alla cultura del progetto e al legame con i territori. Difendere questa leadership richiede però una trasformazione profonda, che il nostro team di Deloitte dedicato al settore riassume in tre priorità. La prima è rafforzare i distretti, dove le competenze si formano e passano da una generazione all'altra. La seconda è indirizzare gli investimenti verso obiettivi industriali chiari e risultati misurabili. La terza è promuovere aggregazioni capaci di dare alle imprese la scala necessaria per competere, preservandone l'identità. Intelligenza artificiale e sostenibilità possono tradursi in un vantaggio competitivo duraturo solo se sostenute da competenze solide, dati affidabili e risultati misurabili"*

Simon Whitmarsh-Knight Marketing and Sustainability Director -Textiles Hyosung *"Siamo stati orgogliosi di sostenere la quinta edizione del Venice Sustainable Fashion Forum, promosso da Confindustria Moda e Confindustria Veneto Est. All'insegna del tema "Shaping Tomorrow", abbiamo partecipato al confronto con autorevoli esponenti dell'industria italiana della moda per esplorare come tutelare e rafforzare la filiera, attraverso l'innovazione, il progresso tecnologico e le trasformazioni necessarie a costruirne il futuro.*
Un confronto che ha ribadito quanto la collaborazione tra tutti gli attori del settore e lungo l'intera catena del valore sia essenziale per realizzare un cambiamento sistemico."

Ercole Botto Poala Vice Presidente Ideabiella *Ideabiella, punto di incontro internazionale per il tessile destinato al mondo dell'alta moda, promuove da sempre il dialogo tra tradizione manifatturiera e innovazione, valorizzando le fibre naturali pregiate. In linea con questo impegno, Ideabiella sostiene il Venice Sustainable Fashion Forum col fine di promuovere un sistema moda sempre più sostenibile e orientato al futuro.*

Annalisa Areni, Head of Client Strategies di UniCredit *"Il* ***Venice Sustainable Fashion Forum*** *rappresenta uno dei principali momenti di confronto sul futuro della filiera della moda, un settore strategico per il Made in Italy e per la competitività del Paese. Attraverso questa partnership,* ***UniCredit*** *conferma il proprio impegno ad accompagnare le imprese nei percorsi di innovazione e transizione sostenibile, favorendo il dialogo e la collaborazione tra tutti gli attori dell'ecosistema."*

Il programma delle due giornate è disponibile sul sito https://venicesustainablefashionforum.it

CONFINDUSTRIA VENETO EST
Area Metropolitana
Venezia Padova Rovigo Treviso

VENICE SUSTAINABLE fashion

CONFINDUSTRIA MODA
FEDERAZIONE TESSILE E MODA

VENICE
SUSTAINABLE
FASHION
FORUM

SHAPING TOMORROW
5th EDITION
NOVEMBER 5th, 6th
FONDAZIONE GIORGIO CINI
VENICE

Venice Sustainable Fashion Forum viene realizzato con il contributo di Camera Di Commercio Venezia Rovigo e di numerosi operatori connessi al settore: Anfao, Assocalzaturifici, Assopellettieri, Chargeurs PCC Italy, Confindustria Accessori Moda, Confindustria Moda - Sezione Lino, Confindustria Moda - Sezione Texclubtec, Deloitte, Fondazione del Tessile Italiano, Holding Moda, Hyosung Europe, Ideabiella, Kering, Lyria, M.C.G. - Management Consultance Group, Nctm Studio Legale, Nice Footwear, Pattern, RIR Face Design, Umana, UniCredit, UniSalute.

Confindustria Moda 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 più di 38.500 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. È la Federazione nazionale di Categoria, un'organizzazione mista, fortemente orientata ad un'integrazione con il territorio. Aderisce a Confindustria ed è il socio fondatore più rappresentativo di Euratex, Organizzazione Europea del Tessile Abbigliamento.

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 5.155 imprese, produttrici di beni e servizi in 21 settori merceologici, e circa 280.000 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 104,4 miliardi di euro, 1,115 milioni di occupati di cui 420mila nell'industria, esportazioni per 37 miliardi. Esprime e tutela gli interessi delle imprese associate nei confronti di istituzioni del territorio, nazionali ed internazionali, amministrazioni pubbliche, organizzazioni economiche e sociali, scuola, università e ricerca, finanza. 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, supporta il sistema di piccole, medie e grandi imprese e le filiere nelle sfide della transizione verde e digitale e in ambito ESG, per lo sviluppo e l'attrattività del territorio. Dal 2022 organizza l'evento annuale "Settimana della Sostenibilità". È certificata per la parità di genere.

CONTATTI STAMPA

CONFINDUSTRA MODA
Cristina Fava +39 3356281872
crisfava@bravocomunicazione.com
comunicazionecm@confindustriamoda.it
sere.gasparoni@gmail.com

CONFINDUSTRIA VENETO EST
Sandro Sanseverinati +39 3483403738
s.sanseverinati@confindustriavenest.it
l.canal@confindustriavenest.it
stampa@confindustriavenest.it

CONFINDUSTRIA VENETO EST
Area Metropolitana
Venezia Padova Rovigo Treviso

VENICE SUSTAINABLE fashion

CONFINDUSTRIA MODA FEDERAZIONE TESSILE E MODA