

+ Valore Moda Italia

*Il presente progetto è finalizzato alla **rifondazione del sistema moda italiano** a sostegno della rinnovata competitività delle PMI del settore.*

*Si intende pertanto avviare un processo evolutivo virtuoso per le PMI del settore moda (Tessile, Abbigliamento, Calzaturiero, Accessori), facendo leva sulle straordinarie opportunità a loro specificamente offerte dal nuovo ciclo economico improntato sull'**Economia Sostenibile**¹.*

*Questa evoluzione è possibile superando le abitudini industriali di oggi con l'affermazione di una rinnovata visione strategica che, partendo da quel che resta della nozione originale del **Made In Italy**, ne riattualizzi il suo contenuto di valore esclusivo, autentico e non più replicabile.*

Obiettivi

- 1) Recuperare e rinnovare gli equilibri storici tra gli attori del mercato: imprenditori della filiera produttiva, stilisti e designer, licenziatari e distributori.
- 2) Favorire una “scelta consapevole” per il consumatore finale, in grado di capire i valori autentici di ciò che acquista, legati alla nozione di eccellenza di qualità e di Made In Italy, senza equivoci o furbizie.
- 3) Operare con una progressiva coerenza al modello di competitività e cultura d'impresa previsto dalla Fondazione PLEF.

A chi si rivolge

Target primario: Imprese delle filiere produttive, creative e distributive della moda (tessile, abbigliamento, calzaturiero, accessori). In particolare, le Piccole e Medie Imprese².

Target strategico: le PA e le associazioni imprenditoriali territoriali (camere di commercio, industria e artigianato) e di settore che hanno interesse ad uno sviluppo organico e strategico delle realtà imprenditoriali locali.

¹ L'Economia Sostenibile o Planomia è il nuovo paradigma di mercato che evolve quello attuale e lo rende finalmente compatibile con un contemporaneo benessere dell'economia, della gente e dell'ambiente. A differenza della "Green Economy" l'Economia Sostenibile tratta la materia del bene universale applicato alla qualità della vita e felicità della gente e all'armonia con i cicli naturali del pianeta, traducendo tutto questo in un consistente Valore Aggiunto per le imprese che lo sapranno correttamente interpretare.

² Anche se la cultura disseminata è valida per qualunque fattispecie d'impresa e di PA, è probabile che le grandi corporation e le più importanti PA, seguano un loro percorso formativo autonomo, vincolato da situazioni interne pregresse: non sono cioè libere di decisioni coraggiose che mettano in discussione quanto già ufficialmente promosso e comunicato.

Contenuto

Le PMI del settore moda che hanno specifici requisiti di eccellenza in termini di **qualità, cura dei dettagli, ricerca, innovazione, know-how, trasparenza e rispetto dell'ambiente** saranno assistite nel loro percorso evolutivo verso una maggiore competitività ed efficacia nel mercato, complessivamente e singolarmente, mediante l'offerta dei seguenti principali servizi:

1) La creazione di un "passaporto del prodotto" che garantirà l'alto valore qualitativo e la reale tracciabilità della filiera.

2) Il supporto per la brevettazione e la tutela dei brevetti originali e autentici "Made in Italy".

3) L'incentivo e l'aiuto per la formazione di reti d'impresa, e altre forme di aggregazione, per favorire le sinergie fra aziende produttive del settore e clienti tramite uno specifico portale.

4) La promozione di attività di ricerca e sperimentazione sulle tecnologie applicate ai prodotti destinati alla moda, attraverso la collaborazione con Università e Parchi Scientifici Tecnologici.

5) La diffusione di una cultura anticontraffazione nell'impresa e nella società, attraverso la collaborazione con Enti di Certificazione.

6) Il sostegno a sistemi distributivi alternativi di e-commerce, accorciando le catene del valore, remunerando meglio i vari attori della filiera e superando i vincoli della Grande Distribuzione Organizzata e Catene di negozi specializzati.

7) Il sostegno di una Finanza etica che si distingue e si contrappone alla filosofia finanziaria dell'EXIT³.

8) La realizzazione di programmi di formazione permanente legata alla cultura manageriale dell'Economia Sostenibile adattata alle esigenze specifiche degli attori del settore (tramite l'Accademia di Economia Sostenibile della Fondazione).

Il progetto non si contrappone, anzi, **interagisce con tutte le associazioni di categoria oggi esistenti**, aiutandole ad evolversi verso questa nuova prospettiva risolutiva, superandone i vincoli statutari e normativi. In questo senso diviene il punto di riferimento e di aggregazione di tutti coloro che, operando nel settore moda, credono fermamente in questa rinnovata filosofia di mercato e qualità di vita della gente.

Fattore competitivo distintivo

Essendo la cultura tecnico-manageriale ancorata all'esclusivo Know-how della Fondazione, l'attività associativa assume di fatto un carattere di tipo consulenziale "a misura" delle necessità dei singoli potenziali soci, con l'individuazione concreta delle azioni e strumenti specifici.

Inoltre, essendo i servizi offerti fortemente orientati agli aspetti pratici della gestione operativa, l'attività si caratterizza da una elevata efficacia operativa, che implica una drastica eliminazione di burocrazia, approcci teorici o dogmatici, costi.

³ A.Hirshman - Le passioni e gli interessi – Feltrinelli – Milano - 1979