



CNA Federmoda Toscana

La filiera toscana va di moda

ATTI

14 giugno 2019

Firenze, Palazzo dei Congressi

La filiera toscana va di moda

*CNA si confronta sul valore
e la sostenibilità economica
della manifattura di qualità*

venerdì 14 giugno 2019
ore 09:00
Palazzo dei Congressi
Piazza Adua, 1 - Firenze

Saluti

Andrea Di Benedetto Presidente CNA Toscana
Agostino Poletto Direttore generale Pitti Immagine

Apertura lavori

Bruno Tommassini Presidente CNA Federmoda Toscana

TAVOLA ROTONDA

Lo stato di maturità tecnologica delle imprese del distretto moda in Toscana
Rinaldo Rinaldi LogisLab, Università degli Studi di Firenze

Tutelare la filiera della sub-fornitura con il rating di valore
Mario Pagani Dipartimento politiche industriali CNA Nazionale

La sostenibilità economica e sociale della filiera della subfornitura
Gaetano Aiello Università degli Studi di Firenze

La filiera della Moda sostenibile: focus sul tema dei rifiuti
Riccardo Sabatini Responsabile Area Ambiente CNA Toscana

Modera

Romano Benini Giornalista di Rai3 e docente *La Sapienza* Università di Roma

Conclusioni

Marco Landi Presidente Nazionale CNA Federmoda

www.cnatoscana.it | info@cnatoscana.it

CNA
TOSCANA

Il perché di questa tavola rotonda



Un gruppo di imprenditori toscani del settore moda associati a CNA ed esperti di settore hanno voluto darsi appuntamento il 14 giugno al Palazzo dei Congressi di Firenze per discutere le strategie necessarie a difendere il valore della manifattura di qualità. Dietro ai grandi marchi presenti in questi giorni a Pitti, lavorano aziende lontane dai riflettori, ma determinanti per la produzione e spesso anche ideazione dei tanto ambiti capi ed accessori griffati. La tavola rotonda LA FILIERA TOSCANA VA DI MODA, rappresenta un vero e proprio “think tank” dove gli esperti metteranno a fuoco le criticità incontrate dagli imprenditori e condivideranno con loro strumenti e soluzioni per gestirle o superarle. Le riflessioni che emergeranno da questo incontro saranno sintetizzate e definiranno la “piattaforma sindacale” di CNA Federmoda Toscana. Tre le principali tematiche che saranno analizzate: la sostenibilità economica della filiera della subfornitura, la promozione del patrimonio di competenze per la crescita di nuove maestranze, la sostenibilità ambientale della filiera Moda.

Non dimentichiamo infatti che il comparto moda è per la Toscana un settore strategico che dà lavoro e produce reddito: tessile, abbigliamento, pelli occupano oltre il 10% delle unità di lavoro regionali ed il comparto copre circa il 30% delle esportazioni di beni. Le aziende conto terzi del distretto toscano della pelletteria e calzature occupano 14 mila persone (+ 3,6% rispetto al 2017) ed è grazie anche a loro che l’export in questo settore vale 2 miliardi di euro.

E' nei laboratori degli artigiani toscani che si realizzano le eccellenze del Made in Italy, ma proprio gli artigiani e le piccole imprese sono l'anello debole della filiera produttiva della moda perché sono loro che subiscono contratti di subfornitura sotto costo, che sono costretti ad accollarsi l'aumento delle tariffe per lo smaltimento dei rifiuti di lavorazione, che si vedono sottrarre le maestranze da loro formate nel tempo, sono gli imprenditori delle aziende di medie piccole dimensioni che non possono accedere alle nuove misure di finanziamento come ad esempio "industria 4.0", perché si tratta di lavorazioni prevalentemente manuali, ecc. Non solo, subiscono la concorrenza sleale di chi impiega manodopera a costo bassissimo e la fa lavorare in strutture non adeguate, fattori che incidono sul prezzo del prodotto che alla fine è talmente basso da impedire agli artigiani veri e che rispettano le regole di competere.

L'appuntamento sarà utile per individuare piste ed attori disponibili a dare risposte affermative alle richieste che da tempo pongono gli imprenditori della moda associati a CNA. Solo per citarne qualcuna: perché non fondare la reputazione dei marchi sulla qualità e fidelizzazione della loro filiera di subfornitura in termini di adeguate condizioni contrattuali e rispetto dei tempi di pagamento? Perché non collegare la competitività delle imprese artigiane non solo al fattore prezzo, ma anche alla qualità e al valore che producono? Perché non rivedere potenziandolo l'attuale modello di governance dei distretti industriali della Moda? Domande vitali per un comparto, quello della Moda, determinante per il PIL della Toscana.

La ricerca della bellezza e della qualità, le vocazioni dei territori, la creatività e il design non sono che le forme esteriori di una specifica cultura, di una vicenda storica e del carattere stesso dell'Italia. Forti di queste premesse, CNA Federmoda Toscana intende rilanciare il comparto ed investire in strategie a medio e lungo termine per coniugare il bene e il bello. Questa è anche una grande sfida politica: contrapporre la società del gusto alla società dei consumi, la qualità alla quantità, la ricerca di prodotti e stili di vita «su misura» al consumo di massa. Garantire la sostenibilità economica di questo settore significa infatti garantire la democrazia, la pluralità e ricchezza culturale e combattere contraffazione e disinformazione.

La filiera della moda sostenibile: focus sul tema dei rifiuti

Riccardo SABATINI, Responsabile Area Ambiente CNA Toscana



L'industria dell'abbigliamento ha avuto una crescita vertiginosa a livello mondiale negli ultimi 15 anni. La produzione di capi di abbigliamento è quasi raddoppiata, mentre la durata media del ciclo di vita dei prodotti ha conosciuto un declino inversamente proporzionale. Si stima infatti che l'utilizzo medio di vestiti e accessori sia diminuito del 36% nel periodo 2000-2015, con i capi più economici che vengono indossati solo 7 o 8 volte prima di essere scartati. Fra le cause di tutto ciò, vi è sicuramente l'esplosione del fenomeno del fast fashion, caratterizzato da un'offerta ogni anno sempre più frequente di nuove collezioni di vestiti e accessori a prezzi ridotti.

La Toscana produce 12,7 milioni di tonnellate di rifiuti all'anno, tra speciali (10,5 mln t/anno) e urbani (2,2 mln t/anno), due compartimenti tutt'altro che stagni; basti pensare che circa la metà dei rifiuti urbani è composta dall'assimilazione degli speciali.

Ogni secondo si calcola che viene portato in discarica un camion di scarti del tessile. Nel 2050 l'industria della Moda assorbirà 1/4 del bilancio globale dei combustibili fossili. Su 100 milioni di tonnellate di rifiuti del comparto Moda solo l'1% viene riciclato. In Toscana c'è una lunga ed importante esperienza in materia di riciclo e riuso, si pensi ad esempio a Prato e al distretto conciario di Santa Croce.

Ma in tutto questo, i costi di smaltimento dei rifiuti sono lievitati e le spese sono sostenute dalle imprese. Fondamentale in questo contesto la normativa in materia di “end of waste” che l’Europa ha definito ma l’Italia non ha ancora emanato le linee guida. C’è però la possibilità che a fronte dell’inadempienza da parte del Ministero possano intervenire le Regioni e possano essere quindi queste ultime ad emanare le linee guida in materia di sotto prodotti. In questo caso i ritagli della pelle o certi scarti del tessile non sarebbero più rifiuti ma “sotto prodotti” e quindi potrebbero essere reimmessi nel circuito produttivo.

La Toscana sconta il problema di una carenza di impianti e della mancanza di strategie regionali a medio/lungo termine, ad oggi non esiste infatti un piano regionale sui rifiuti.

Lo stato di maturità tecnologica delle imprese del distretto moda in Toscana

Rinaldo RINALDI, Direttore Scientifico LogisLab Università degli Studi di Firenze



Innanzitutto è utile chiarire cosa si intende per **Industria 4.0**.

Trattasi di una modalità organizzativa della produzione di beni e servizi che si basa sull'integrazione degli impianti attraverso tecnologie digitali. E' un nuovo paradigma industriale che supera i metodi più tradizionali di produzione e consente di riorganizzare l'impresa rendendola maggiormente efficiente e sicura. L'obiettivo principale è sviluppare sistemi capaci di gestire, interpretare e dare valore ai dati resi disponibili utilizzando le nuove tecnologie digitali. Tutto ciò si può raggiungere ad esempio con la sensorizzazione delle macchine, il collegamento della parte fisica delle materie prime, semilavorati, prodotti finiti con il loro dual digital e integrando i sistemi informativi utilizzati.

Sulla base di una recente indagine svolta nelle aziende del settore della pelletteria nel distretto fiorentino è emerso che le aziende raggiungono mediamente uno stadio intermedio fra "beginner" (l'azienda sta conducendo progetti pilota su Impresa 4.0 e "intermediate" (l'azienda ha cambiato orientamento strategico e sta sviluppando una strategia parziale di Impresa 4.0). Le aziende hanno un livello medio/alto di digitalizzazione e comunicazione delle risorse e buone capacità di analisi dati. Un punteggio inferiore riguarda la struttura interna, il network dell'organizzazione, l'attitudine al cambiamento e le collaborazioni sociali. Inoltre le aziende

hanno mediamente buone capacità nell'analizzare ed integrare i dati raccolti, la struttura interna e il network dell'organizzazione risultano meno adeguate. L'attitudine al cambiamento e il livello di collaborazioni sociali raggiungono comunque un discreto livello.

Quindi è possibile concludere che:

- è necessario migliorare nettamente la struttura organizzativa, ancora poco adeguata. Interventi devono essere previsti sia per la **struttura interna** sia per il **network dell'organizzazione** avvicinandosi alle caratteristiche richieste dal nuovo paradigma;
- la **digitalizzazione delle risorse** e la loro **comunicazione** sta avendo una costante crescita che deve essere oltremodo incentivata e supportata dalle aziende;
- le imprese devono continuare ad investire per mantenere e sviluppare le proprie capacità nell'**analisi e nell'integrazione dei dati raccolti**;
- l'**attitudine al cambiamento** non ha un risultato negativo, anche questo aspetto è destinato ad avere una crescita per mezzo dell'informazione, che aumenterà la conoscenza da parte delle aziende del nuovo paradigma e dei vantaggi che ne derivano.

Mentre i principali deficit rilevati sono:

- la limitata **conoscenza** del significato del nuovo paradigma;
- il basso grado di **implementazione** delle tecnologie abilitanti;
- la scarsa **consapevolezza** dei vantaggi derivanti dall'Industria 4.0;
- un'inadeguata **motivazione** volta a favorire un cambio di mentalità;
- la **paura** che l'implementazione di una tale tecnologia possa rimpiazzare le capacità umane.

SINTESI

Per favorire la comprensione da parte delle aziende, delle grandi opportunità che questo nuovo paradigma può offrire, non è sufficiente soltanto il piano e gli incentivi da parte dello Stato ma è necessario uno **sforzo culturale globale** idoneo ad incoraggiare un **cambio di mentalità** e un **modo diverso di ragionare**. Per favorire ciò occorre investire **nell'informazione**, nella **consulenza strategica** e tecnologica e nella **formazione** all'interno delle aziende.

La sostenibilità economica e sociale della filiera della sub-fornitura

Gaetano AIELLO, Direttore del Dipartimento di Scienze per l'Economia e l'Impresa Università degli Studi di Firenze



Per **sostenibilità economica** si intende una quota significativa di P.I.L, e quindi la capacità di generare crescita nel medio-lungo termine oltre che nel breve e di generare nuove risorse e rigenerare risorse esistenti.

Per **sostenibilità sociale** si intende il diritto ad un lavoro dignitoso, ben remunerato, felice, un lavoro radicato, in sintesi B.E.S.: Benessere, Equo e Sostenibile.

Nella **filiera della sub-fornitura** si rileva:

- un decentramento di qualità e non di capacità;
- un lavoro radicato che attrae altro lavoro radicato;
- delle attività che contribuiscono allo sviluppo economico e generano benessere equo e sostenibile.

La filiera diventa determinate per la cd “**brand reputation**”, che è basata sul radicamento

territoriale reale e sul rapporto consolidato con le filiere eccellenti del lavoro artigiano, necessario a creare il prodotto.

Per le imprese, anche conto terzi, è determinante sapere cosa accade nei punti vendita. Il cliente è colui che alla fine decide e, sebbene ci sia una rinnovata sensibilità ed attenzione verso la qualità artigianale dei manufatti e il loro impatto ambientale, non possiamo imporre le scelte di acquisto.

Ciò che può essere valorizzato resta però il **radicamento** della Moda ed in particolare delle aziende che la producono. Infatti anche se oggi più che mai l'economia, o meglio la finanza sono apolide e gran parte dei manufatti sono apolide, per la Moda il discorso cambia, il radicamento è importante ed è decisivo per il valore finale del prodotto.

Le grandi griffe si insediano in Toscana perché la filiera artigiana è determinante. Purtroppo accade che la maggior parte degli utili si perdono altrove fuori dalla Toscana. Ma per la brand reputation delle griffe il radicamento è essenziale e diventa perciò utile aprire un confronto con CNA che rappresenta un player importante in termini di real Made in Italy.

In questo modo è possibile dare concretezza anche alla parola "**sostenibilità**" attraverso appunto la tutela e valorizzazione del "**radicamento**" di certe produzioni nei territori italiani.

SINTESI

L'etichetta Made in Italy non basta più così come viene declinata oggi, occorre difendere il "well Made in Italy". In tale senso potrebbe essere vincente la promozione di un brand come il "**Made in Tuscany**". Non dimentichiamo che si viene in Toscana per mangiare, vestire, comprare italiano! purtroppo non ci sono spazi dedicati per il "Made in Tuscany". Gli outlet non possono essere la sola risposta soprattutto se nei centri storici si assiste ad una progressiva emorragia delle botteghe artigiane. Togliere le botteghe artigiane dalle città significa togliere loro l'anima per la quale le nostre città sono apprezzate nel mondo.

Tutelare la filiera della sub fornitura con il rating di valore

Mario PAGANI, Dipartimento politiche industriali CNA Nazionale



Per parlare di “Rating di valore” è opportuno partire dall’Avviso comune del 14.12.2017 in cui si afferma che per sostenere l’integrità della filiera, basata sulla qualità dei materiali e dei processi, vanno ridefiniti i rapporti fra committenza e fornitura, dotandosi di uno strumento in cui siano valorizzati elementi di sostenibilità economica, sociale, etica ed ambientale. Tale strumento deve garantire premialità di accesso ai contratti di appalto, incentivando il «buon lavoro».

Fino ad oggi il cd “rating”, la valutazione cioè con finalità premiali, è stato introdotto nel settore del **credito** per valutare sia i titoli obbligazionari, sia le imprese in base al loro rischio finanziario.

Un’altra rilevante applicazione è il cd rating di **legalità**: introdotto nel 2012 per promuovere e introdurre principi di comportamento etico in ambito aziendale, è accessibile solo per imprese con più di 2 mln di fatturato. Quest’ultimo viene misurato in “stellette” che indicano il grado di rispetto della legalità da parte delle imprese e di attenzione che le stesse mostrano nella corretta gestione del proprio business. Le “stellette”, da un minimo di una a un massimo di tre, sono attribuite dall’Autorità Garante della concorrenza e del mercato sulla base delle

dichiarazioni che le imprese forniscono e che vengono verificate tramite controlli incrociati con i dati in possesso delle pubbliche amministrazioni interessate. Le imprese, che hanno ricevuto l'attribuzione del rating, beneficiano di vantaggi in sede di concessione di finanziamenti pubblici e agevolazioni per l'accesso al credito bancario.

I requisiti sono:

- a) misure di prevenzione e cautelari di tipo personale e/o patrimoniale a carico del titolare o degli amministratori;
- b) illeciti amministrativi;
- c) illeciti antitrust gravi;
- d) pratiche commerciali scorrette;
- e) illeciti fiscali, tributari, contributivi e assicurativi;
- f) provvedimenti di accertamento del mancato rispetto delle disposizioni in materia di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro;
- g) illeciti sulla disciplina sull'uso del contante;
- h) provvedimenti di revoca di finanziamenti pubblici;
- i) provvedimenti sanzionatori dell'ANAC in materia di prevenzione della corruzione, trasparenza e contratti pubblici;
- j) provvedimenti antimafia.

Requisiti incrementali:

- a) adesione a protocolli/intese di legalità finalizzati a contrastare le infiltrazioni della criminalità organizzata nell'economia, sottoscritti dal Ministero dell'Interno o dalle Prefetture-UTG con associazioni imprenditoriali e di categoria;
- b) utilizzo di sistemi di tracciabilità dei pagamenti anche per somme di importi inferiori rispetto a quelli fissati dalla legge;
- c) adozione di una struttura organizzativa che espleti il controllo di conformità delle attività aziendali in ottemperanza al D.Lgs. n. 231/2001 relativo alla responsabilità amministrativa da reato;
- d) adozione di processi che garantiscono il rispetto della Corporate Social Responsibility;
- e) iscrizione in uno degli elenchi di fornitori, prestatori di servizi ed esecutori di lavori non soggetti a tentativi di infiltrazione mafiosa (white list);
- f) adesione a codici etici di autoregolamentazione o clausole di mediazione o protocolli per l'attuazione delle conciliazioni paritetiche;
- g) adozione di strumenti di prevenzione e contrasto della corruzione.

Le pubbliche amministrazioni, in sede di predisposizione dei provvedimenti di concessione di finanziamenti alle imprese, tengono conto del rating di legalità, prevedendo almeno uno dei seguenti sistemi di premialità:

- a) preferenza in graduatoria;
- b) attribuzione di punteggio aggiuntivo;
- c) riserva di quota delle risorse finanziarie allocate.

Il sistema, o i sistemi di premialità, sono prescelti in considerazione della natura, dell'entità e della finalità del finanziamento, nonché dei destinatari e della procedura prevista per l'erogazione e possono essere graduati in ragione del punteggio conseguito in sede di attribuzione del rating.

Le banche, invece, tengono conto della presenza del rating di legalità attribuito all'impresa nel processo di istruttoria ai fini di una riduzione dei tempi e dei costi per la concessione di finanziamenti. Le banche, infatti, utilizzano il rating ai fini della valutazione di accesso al credito dell'impresa e della determinazione delle condizioni economiche di erogazione.

Infine anche nel nuovo Codice degli Appalti è stato introdotto il “**rating di impresa**”. Si tratta di un sistema connesso a requisiti reputazionali valutati sulla base di indici qualitativi e quantitativi, oggettivi e misurabili, nonché sulla base di accertamenti definitivi che esprimono la capacità strutturale e di affidabilità dell'impresa.

Rientrano nell'ambito dell'attività di monitoraggio casi di omessa o tardiva denuncia obbligatoria delle richieste estorsive e corruttive da parte delle imprese titolari di contratti pubblici, comprese le imprese subappaltatrici e le imprese fornitrici di materiali, opere e servizi. I requisiti reputazionali alla base del rating di impresa di cui al presente comma tengono conto dei precedenti comportamentali dell'impresa, con riferimento al rispetto dei tempi e dei costi nell'esecuzione dei contratti, all'incidenza del contenzioso sia in sede di partecipazione alle procedure di gara che in fase di esecuzione del contratto. Tengono conto altresì della regolarità contributiva, ivi compresi i versamenti alle Casse edili, valutata con riferimento ai tre anni precedenti.

SINTESI

A fronte quindi delle esperienze sopra citate è possibile **avviare un percorso** e quindi **definire l'obiettivo** che con il “rating di valore” si intende perseguire. Nel senso che non può essere usato solo per difendersi ma accompagnare un processo di qualificazione dell'impresa. Questo può implicare di chiedere delle premialità ad un altro soggetto privato con tutte le conseguenze che ciò comporta. Non solo, lavorare per valorizzare la filiera e «obbligare» il committente ad accettarlo non è un percorso facile anche se valorizzare la filiera significa aumentare il posizionamento sul mercato dello stesso committente.

E' utile pertanto costituire un **gruppo di lavoro in seno a CNA Federmoda nazionale** che possa approfondire questo strumento ed elaborare delle proposte da sottoporre al Governo.

Analizzandone i contenuti perché non possono bastare i requisiti «base» ma sarà necessario ricercare ulteriori requisiti «qualitativi» e «reputazionali»; evitare l'eccessivo ricorso a certificazioni, perché la certificazione deve comunque rimanere un atto volontario. In quest'ottica sarà fondamentale evitare adempimenti complessi e costosi e lavorare per fare crescere negli imprenditori maggiore consapevolezza del processo.

Spunti e riflessioni emersi dal confronto



-
- ➔ In materia di “**sostenibilità ambientale**” le aziende di CNA Federmoda possono dare un contributo importante per gli accorgimenti virtuosi che sono in grado di introdurre e raccontare il valore insito nel “saper fare” del prodotto finale.
 - ➔ I **Distretti** della Moda in Toscana sono diventati molto attrattivi per le griffe e la filiera delle nostre imprese artigiane è un valore aggiunto essenziale.
 - ➔ Il termine “sostenibilità” per le imprese artigiane deve essere declinato in tre fondamentali aspetti: **costo minuto del lavoro, costo dello smaltimento dei rifiuti, sistema del credito più favorevole.**
 - ➔ Per fare cultura, per qualificare, per saper raccontare la filiera di qualità sono utili gli **strumenti di Impresa 4.0**, alla CNA di fare sistema e lobby per adeguare tali strumenti anche alle realtà più piccole.
 - ➔ Dobbiamo essere un’**associazione non di individui ma di persone che lavorano insieme** e che in questo modo riescono a fronteggiare le derive di questa dilagante globalizzazione. **C.N.A. ovvero Con Noi Artigiani !**
 - ➔ La Moda in Toscana è “rete” è “fulcro” che permette l’innescò della catena del valore. Può restare competitiva solo se conserva e tutela il “**fatto a mano**” che in paesi come ad esempio il Brasile non esiste e per questo apprezzano il “Made in Italy”.
 - ➔ Gli artigiani sono dei “**rivoluzionari**” perché se il fine della globalizzazione, oggi imperante, è fare profitto e uniformare, l’artigiano è invece colui che cura e crea i dettagli che fanno la differenza. Bellezza non è perfezione non è sinonimo di modelli astratti. Quindi oggi è possibile dare “**valore**” grazie all’artigianato. C’è un’economia che alimenta solo i volumi (es. Cina e India), ed un’economia che esiste se produce “valore”. Quest’ultima a differenza della prima necessita di un governo più complesso perché tesse rapporti con il territorio, con la scuola, ha “valore” il rapporto che instaura con la comunità territoriale di riferimento. In questo secondo tipo di economia, per alimentare la catena del “valore”, è necessaria un’equa distribuzione del profitto che viene prodotto da tutti gli attori della filiera. E tenere insieme la comunità deve essere conveniente per tutti. Per questo diventa determinante il passaggio dal “globale” al “glocale” e difendere la “sostenibilità” è fondamentale per le comunità territoriali. Il Distretto conciaro di Santa Croce sull’Arno ne è un esempio.
 - ➔ **Fast Fashion** e over dressing sono fenomeni che interessano le giovani generazioni e che

non possiamo ignorare perché è difficile competere con questi in termini di prezzo, anche se rappresentano la causa principale dell'aumento dei rifiuti e quindi dell'inquinamento ambientale.

- ➔ Le certificazioni possono essere uno strumento utile per competere ma sono ancora troppo costose ed impegnative per le realtà medio – piccole che intendono però crescere. Pertanto sarebbe auspicabile la previsione di **certificazioni di filiera**.
- ➔ Anche per le aziende con marchio proprio è difficile competere oggi e spesso l'unica soluzione è la disponibilità di un punto vendita in una zona turistica oppure occorre affacciarsi sui **mercati internazionali**.
- ➔ In materia di rifiuti, le imprese devono fare le imprese ed è inaccettabile questo rimpallo di responsabilità tra Comuni, Regioni e lo Stato. Si ha l'impressione di trovarsi in una situazione di **stagnazione** rispetto alla quale CNA ha delle responsabilità e deve dare una scossa affinché delle scelte a supporto della categoria siano prese anche in materia ambientale.
- ➔ Sono necessarie politiche e misure di **defiscalizzazione, incentivi** per le imprese che resistono e creano prodotti nuovi, lavorano per aprirsi a nuovi mercati e creano nuovo lavoro.
- ➔ Uno dei modi per preservare le piccole realtà artigianali rispetto alla crescita della presenza delle grandi aziende della moda è riuscire a soddisfare un bisogno di manodopera crescente. Lo sviluppo industriale non deve far perdere la vocazione artigianale del distretto perché sono le piccole aziende l'humus sul quale sono cresciute le grandi realtà presenti sul territorio.
- ➔ Il 10% della popolazione consuma il 70% delle risorse naturali, di questo passo l'attuale sviluppo non è sostenibile. Occorre che **stilisti e creativi** riflettano in tale senso e sfruttino la sensibilità ambientale che sta crescendo.
- ➔ Le aziende della filiera dovrebbero passare dall'attuale atteggiamento "competitivo" ad uno "**aggregativo**" attraverso ad esempio una rinnovata e consolidata governance dei Distretti ed il maggiore uso delle tecnologie.
- ➔ La maggior parte degli **IFTS** non hanno laboratori e non possono competere con le realtà private, molto costose e spesso concentrate solo nelle grandi città come Firenze, Milano e Roma. E' responsabilità politica incentivare e sostenere le realtà didattiche territoriali

prossime ai Distretti che esprimono e creano il “valore” dell’intera filiera.

- ➔ E’ necessario investire in nuovi strumenti e canali di **comunicazione** per riuscire a “vendere” i territori fulcro della manifattura di qualità. Per questo i Distretti dovrebbero fungere da Hub strategico, valorizzare i paesaggi e non gli spazi in cui le nostre imprese lavorano e producono, favorendo così lo sviluppo di un ecosistema del valore fatto di rispetto per i territori, certificazione del costo orario, attrattività per le giovani generazioni e rating di legalità.
- ➔ CNA deve riappropriarsi del suo ruolo a difesa dell’artigianato di qualità perché “Poltrone e Sofà” se ne è impropriamente impossessato, ma deve essere il sistema associativo a vigilare e promuoverlo attraverso delle strategie di medio lungo periodo.
- ➔ CNA può aiutare le imprese su due livelli: contribuire a valorizzare i saperi, la cultura, la bellezza dei territori in cui i manufatti sono realizzati, questo significa tutelare, fare crescere e sostenere l’idea che fare le cose trasformando le materie prime è una professione bellissima. Dall’altro CNA può sostenere le imprese in termini di servizi per sapere comunicare, vendere, difendersi ed in questo caso le nuove tecnologie sono determinanti. Fino ad oggi hanno beneficiato delle misure a sostegno del cd “traferimento tecnologico” solo le grandi imprese e nulla o poco è arrivato fino alle piccole realtà imprenditoriali. Inoltre se la Toscana ha importanti risultati grazie all’export del comparto Moda le risorse devono in qualche modo essere rimesse in circolo sul territorio e sostenere le imprese che oggi si trovano in maggiore difficoltà.
- ➔ Attualmente non esiste alcun sistema di governance dei **Distretti**, quando invece questi ultimi potrebbero essere uno strumento funzionale ad aggregare le piccole realtà, a farle crescere in termini di competenze ed utilizzo di nuove tecnologie e rendere il rapporto con le grandi griffe più collaborativo.