



PRESENTAZIONE DI LUCA MANTELLASSI

AL

**FORUM DI PRESENTAZIONE DEI RISULTATI DEL PROGETTO**

**“M<sup>2</sup> – MERIDIANO MODA”**

2 febbraio 2010

Roma, Sede Unioncamere

Riprodotta da The European House-Ambrosetti per esclusivo uso interno.



## MERIDIANO MODA

IL PROGETTO "M<sup>2</sup> - MERIDIANO MODA": LE CAMERE DI COMMERCIO PER LO SVILUPPO DELLA FILIERA MODA

Presentazione di  
Luca Mantellassi

© 2010 The European House - Ambrosetti S.p.A. TUTTI I DIRITTI RISERVATI. Questo documento è stato ideato e preparato. The European House - Ambrosetti S.p.A. per il cliente destinatario; nessuna parte di esso può essere in alcun modo riprodotta, diffusa o utilizzata, per terze parti o da queste utilizzata, senza l'autorizzazione scritta di The European House - Ambrosetti S.p.A. che l'hanno accompagnato.



Forum di presentazione dei risultati del progetto "M<sup>2</sup> - Meridiano Moda"

© 2010 The European House-Ambrosetti

La *Mission* del progetto "M<sup>2</sup> - Meridiano Moda"

**"M<sup>2</sup> - Meridiano Moda",  
PROMOSSO DALL'ORGANISMO  
INTERCAMERALE *ITALIAN TEXTILE FASHION* (ITF)  
INSIEME A UNIONCAMERE, CON IL SUPPORTO  
OPERATIVO DI THE EUROPEAN HOUSE-AMBROSETTI,  
VUOLE RAPPRESENTARE UNA PIATTAFORMA  
INDIPENDENTE, APARTITICA E PROFESSIONALE DI  
APPROFONDIMENTO E CONFRONTO SULLE CRITICITÀ E  
PRIORITÀ DEL SETTORE MODA (TESSILE,  
ABBIGLIAMENTO, CONCIA, CALZATURE E PELLETERIA)**

## Come nasce il progetto "M<sup>2</sup> – Meridiano Moda"

- Situazione di **crisi strutturale, non solo congiunturale**, delle filiere del Sistema Moda
- Necessità di uno **sforzo congiunto per il rilancio e la valorizzazione della filiera**, affinché il Sistema Moda italiano continui ad esprimere una **leadership a livello mondiale** e a rappresentare uno dei settori più strategici per l'economia e per l'immagine del nostro Paese



- Impegno comune per **progettare ed attuare una serie di interventi per il rilancio ed il sostegno della filiera su un orizzonte di medio-lungo termine**, sulla base di una **visione di sviluppo** del settore e delle esigenze concrete di **cambiamento** degli attori che vi operano

Attraverso il progetto "M<sup>2</sup> – Meridiano Moda", ITF e Unioncamere si sono impegnate per **offrire stimoli e idee utili per favorire il rilancio del Sistema Moda italiano**

## Le ambizioni del progetto "M<sup>2</sup> – Meridiano Moda"

- Porre l'attenzione sui temi critici per la competitività delle aziende del settore Moda, adottando un **approccio di filiera** in grado di considerare l'**intero processo, da monte a valle**
- Ottenere una **vasta mobilitazione complessiva**, per affrontare il **dibattito** del futuro del settore in Italia ed individuare soluzioni innovative, valorizzandone gli **elementi distintivi** (qualità, innovazione, patrimonio di competenze, ecc.) e proteggendo il **valore** che esso rappresenta per l'intero sistema economico italiano

La costituzione della Piattaforma "M<sup>2</sup> – Meridiano Moda" non intende essere un'iniziativa sostitutiva, ma **complementare e in aggiunta** rispetto alle altre iniziative già in atto all'interno del settore

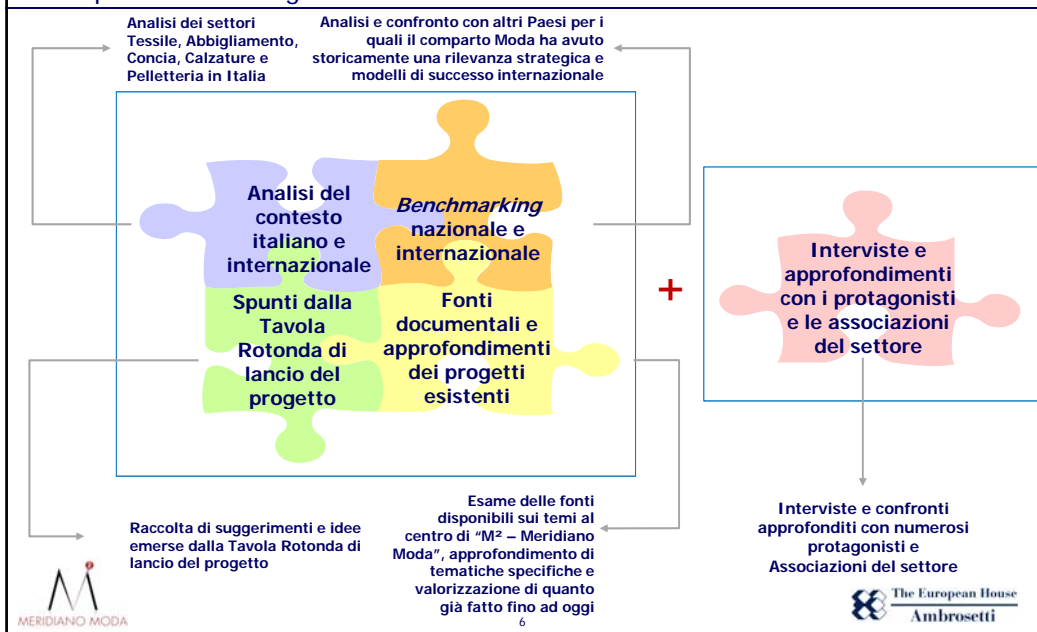
Gli obiettivi del progetto "M<sup>2</sup> – Meridiano Moda"...

- **Ingaggiare tutti i principali *stakeholder* delle Filiere e delle Istituzioni** in una riflessione approfondita circa le scelte strategiche e le azioni concrete più opportune per il futuro del settore
- Accendere i riflettori sulla **situazione** e sull'**importanza delle Filiere della Moda per l'economia, la competitività e l'immagine dell'intero Paese**
- Costituire una **piattaforma esterna, indipendente e professionale per favorire e catalizzare idee e proposte sulle prospettive e sulle ambizioni del progetto**
- Delinare una serie di **proposte d'intervento per il rilancio e il rafforzamento del Sistema Moda italiano** attraverso la realizzazione di uno **Studio Strategico** di grande qualità e novità sullo stato dell'arte e sulle priorità delle Filiere
- **Dare ampia visibilità ai risultati del progetto "M<sup>2</sup> – Meridiano Moda"** ed **aprire un dibattito sulle istanze di tutti gli attori coinvolti** in un **Forum finale di presentazione dell'iniziativa** rivolto ai principali rappresentanti delle Istituzioni e delle Associazioni del settore, agli operatori economici e agli *opinion leader* del Sistema Moda italiano

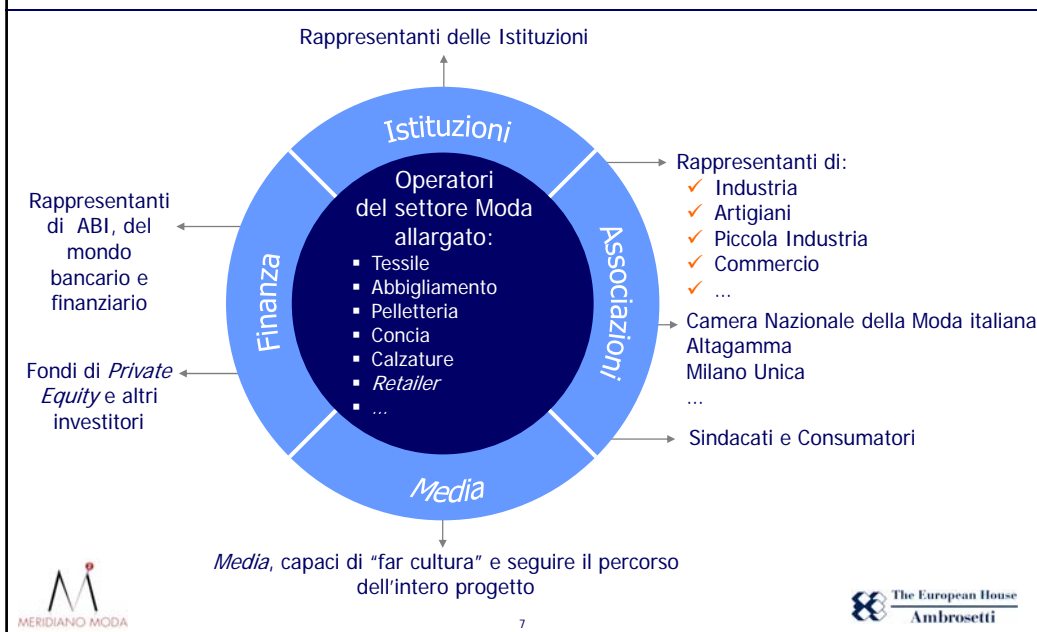
... e le principali aree-chiave approfondite

- La **rilevanza del Sistema Moda italiano** nell'economia del Paese e la **valorizzazione dell'intera filiera della Moda**
- Lo **scenario di riferimento** del Sistema Moda italiano e gli impatti della **crisi economica globale**
- Il **ripensamento dei modelli di business e dei rapporti di filiera** nell'ottica di incrementare la competitività delle imprese del settore
- I possibili interventi per favorire **processi di aggregazione, l'accesso al credito e il rafforzamento della struttura patrimoniale**
- La centralità di temi quali l'**indicazione di origine, la tracciabilità volontaria e i controlli** come **"regole di trasparenza"**

L'impianto metodologico: fonti di riferimento



Gli stakeholder di riferimento di "M<sup>2</sup> - Meridiano Moda"



## Le tappe principali del progetto "M<sup>2</sup> – Meridiano Moda"

- Il progetto è durato **da luglio 2009 a febbraio 2010**



8

## L'impegno di ITF e di Unioncamere per lo sviluppo della Filiera Moda

- Le Camere di Commercio auspicano che la **piattaforma comune** attivata con "M<sup>2</sup> – Meridiano Moda" consenta alle Associazioni e agli operatori del settore, alle Istituzioni, al sistema bancario-finanziario, ai Sindacati e ai Consumatori di interagire tra loro, al fine di **intraprendere al più presto soluzioni concrete ed efficaci per uscire dalla crisi ed evitare di compromettere alcuni anelli o l'intero Sistema Moda italiano**
- Alcuni ambiti centrali su cui avviare il dialogo e collaborare nei prossimi mesi:
  - ✓ La diffusione di un **sistema di certificazione volontaria della tracciabilità** per i prodotti del Sistema Moda
  - ✓ La promozione di un **sistema di controlli, organico e coordinato**, in grado di verificare la veridicità di quanto dichiarato in etichetta, aspetto centrale per garantire la tutela del consumatore

**Un obiettivo comune: tutelare e valorizzare la Filiera, vero e principale driver del futuro competitivo del Sistema Moda**

9