



# Industry Edu-Lab



LEVE STRATEGICHE PER LA RIPARTENZA

Settore Moda e Arredo

26 ottobre 2021

Insight e risultati dei tavoli di lavoro

## Di cosa si tratta?

Gli Industry Edu-Lab, promossi da [SACE Education](#), sono laboratori di confronto e di approfondimento rivolti ad imprese accomunate da affinità settoriali, volti a rafforzare le competenze tecnico-specialistiche aziendali in tema di crescita sostenibile, gestione del rischio aziendale e strategie di internazionalizzazione.

## Chi abbiamo coinvolto?

TOP MANAGER di PICCOLE E MEDIE IMPRESE con progetti di crescita sostenibile in Italia e/o all'estero - Titolari/CEO e C-SUITE (CFO, COO, DG, Direttore Commerciale).

## Obiettivi

- **Favorire lo scambio** di buone prassi e promuovere sinergie di filiera;
- **Affiancare le aziende** nell'identificazione di strategie innovative e sostenibili di crescita;
- **Rafforzare la conoscenza** delle soluzioni assicurativo-finanziarie per la ripresa offerte da SACE;
- **Tramettere consapevolezza** su nuove opportunità di business in Italia e all'estero.

SCOPRI DI PIÙ



## Come è stato realizzato questo report?

- 1** | **Formazione peer to peer e best practice sharing:**
  - Scambio di best practice di settore con la partecipazione di esperti provenienti dal mondo istituzionale, accademico ed imprenditoriale.
- 2** | **Incontri one-to-one più operativi con esperti SACE al fine di:**
  - Approfondire le principali evidenze emerse durante la fase formativa;
  - Intercettare opportunità commerciali anche nell'ambito di operazioni di filiera presidiate da SACE.

## Altri settori approfonditi

Sei tappe nel 2021:

	<b>Agroalimentare</b>	→
	<b>Green Economy</b>	→
	<b>Chimico/Farmaceutico</b>	→
	<b>Moda/Arredo</b>	→
	<b>Automotive</b>	→
	<b>Costruzioni/Immobiliare</b>	→

The background of the image consists of several overlapping fabric swatches with a scalloped edge. The colors of the swatches include shades of blue, teal, yellow, and grey. A white rectangular box with a thin black border is centered over the fabric, containing the text.

Insight emersi  
dagli interventi



**Mariangela Siciliano**  
Head of Education, SACE



**Alessandro Terzulli**  
Chief Economist, SACE



**Fabio Colombo**  
Resp. PMI Centro-Sud, SACE



**Antonio Franceschini**  
Responsabile Nazionale,  
CNA Federmoda



**Sebastiano Cerullo**  
Direttore Generale,  
Federlegno

*Gli speaker invitati*



**Antonio Franceschini**  
Responsabile Nazionale,  
CNA Federmoda

### Quale è il ruolo dei distretti industriali nel Settore Moda?

«I distretti industriali rappresentano un elemento di fondamentale importanza per il settore moda italiano. In particolare, i distretti sono capaci di intercettare le nuove tendenze di mercato e dei consumatori. A tal fine, riteniamo che sia necessario sviluppare politiche dedicate in termini di maggiori investimenti su formazione tecnica, innovazione tecnologica, responsabilità sociale ed etica d'impresa e sullo sviluppo di catene globali del valore a livello regionale..»



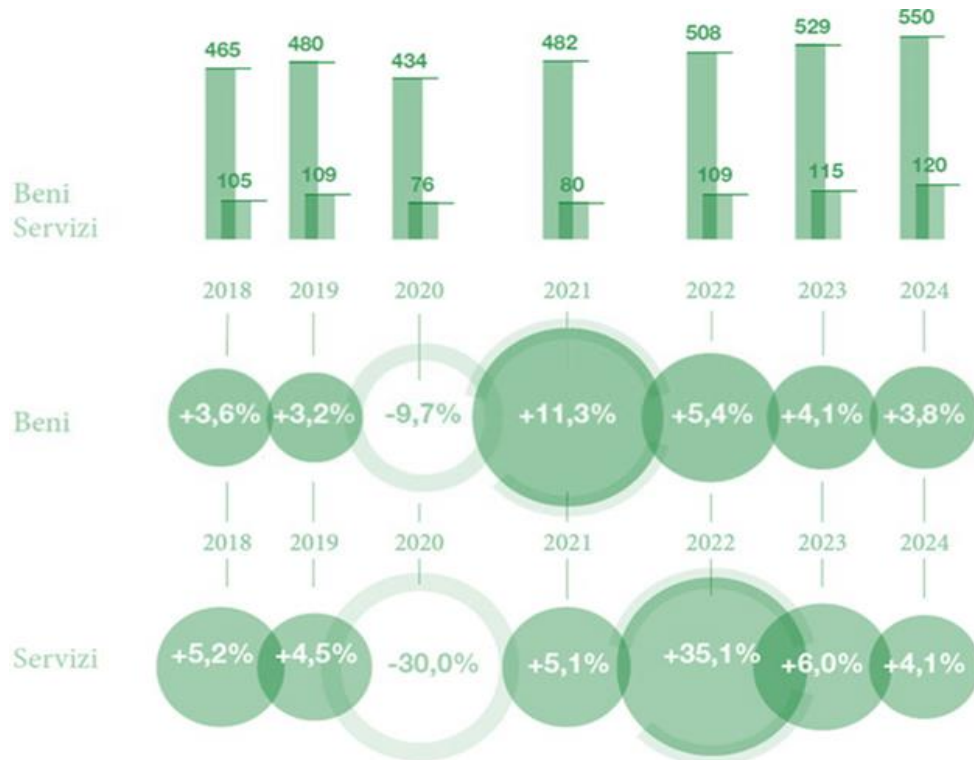
**Sebastiano Cerullo**  
Direttore Generale,  
Federlegno

### Avete notato un cambiamento negli stili di consumo post pandemia?

«La crisi pandemica ha segnato un cambiamento dello stile di vita e delle modalità di consumo del consumatore italiano ed internazionale. In particolare, abbiamo notato che il consumatore dà maggiore importanza alla vivibilità degli spazi fisici (in termini di comodità delle sedute, etc). Inoltre, oltre al rafforzamento della domanda, si stanno delineando alcuni punti di attenzione come ad esempio l'aumento dei costi e il difficile approvvigionamento di materie prime (legno in particolare) e difficoltà nel reperire manodopera specializzata..»

## Esportazioni italiani di beni e servizi

(valori correnti in miliardi di €; var % annua)



Fonte: SACE Rapporto Export 2021, settembre 2021

Trainano i beni intermedi e di investimento, serve ancora tempo per i beni di consumo

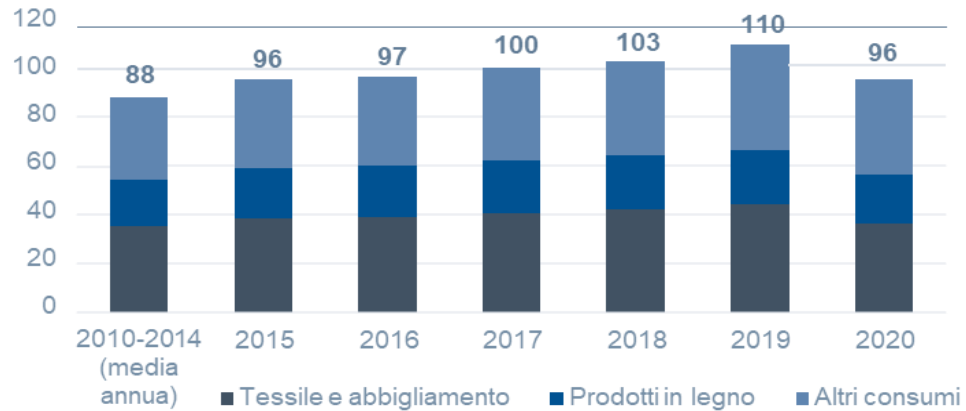
- In una fase di ripresa dell'economia e del commercio internazionale, anche il **valore delle esportazioni italiane di beni è atteso in recupero nel 2021 (+11,3%)**, più che compensando quanto "perso" nel 2020 (-9,7%). **Debole invece la ripresa per l'export di servizi quest'anno (+5,1%)**.
- Il recupero dell'export di beni, **migliore rispetto a quanto previsto per i nostri principali peer europei** (come confermato dagli ultimi dati disponibili sul 2021), consentirà all'Italia di mantenere invariata la propria quota di mercato mondiale.
- **Saranno i beni di investimento**, sulla spinta di apparecchi elettrici e meccanica strumentale, e i **beni intermedi**, specie metalli e gomma e plastica, a guidare la ripresa quest'anno. Si confermerà ancora positiva la performance dell'**agroalimentare** grazie alla ripartenza del canale legato all'ospitalità. Per i **beni di consumo** occorrerà più tempo.

*Per l'export italiano il recupero passa dai beni*



## Esportazioni italiani di beni e servizi

(valori correnti in miliardi di €)



## Export di beni di consumo italiano e dei peer, 2020

(€ mld; peso % sul totale)



**95,9**  
(22%)



**133,3**  
(11%)



**55,3**  
(13%)



**40,7**  
(15%)

## Scese poco sotto i 100 miliardi di euro le vendite all'estero nell'anno della pandemia

- Nel periodo 2010-2019, l'export italiano di beni di consumo è cresciuto a un tasso annuale composto (CAGR) del +5,0%, una performance superiore alle esportazioni totali (+4,0%).
- Nel 2020 le esportazioni del raggruppamento si sono contratte del 12,8%, dato peggiore rispetto al -9,7% dell'export complessivo. La quota del settore sul totale è quindi diminuita al 22,1% (0,8 punti percentuali in meno rispetto all'anno precedente).
- Questa dinamica ha interessato tutti e tre i comparti del raggruppamento: tessile e abbigliamento, che ha un'incidenza di circa il 40% sulle vendite totali di beni di consumo, ha segnato il calo peggiore (-17,1%), altri consumi, che ha anch'esso un peso del 40%, è diminuito del 8,8%; mentre l'export di prodotti in legno si è contratto del 11,9%.
- Dal confronto con i peer europei si evince che il valore delle nostre vendite all'estero di beni di consumo è elevato ed è secondo solo alla Germania.

*L'export italiano di beni di consumo ha subito una battuta d'arresto nel 2020*

## Composizione delle vendite italiane di tessile e abbigliamento, 2020 (€ mld)



Nota: nella categoria Altro sono stati inclusi: cotone (0,9 miliardi di euro), tessuti elaborati (0,9), stoffe a maglia (0,8), fibre sintetiche (0,7), altri manufatti tessili (0,7), cappelli (0,5), tessuti speciali (0,4%), altre fibre tessili vegetali (0,2), seta (0,1), piume (46 milioni di euro) e ombrelli (33 milioni di euro).

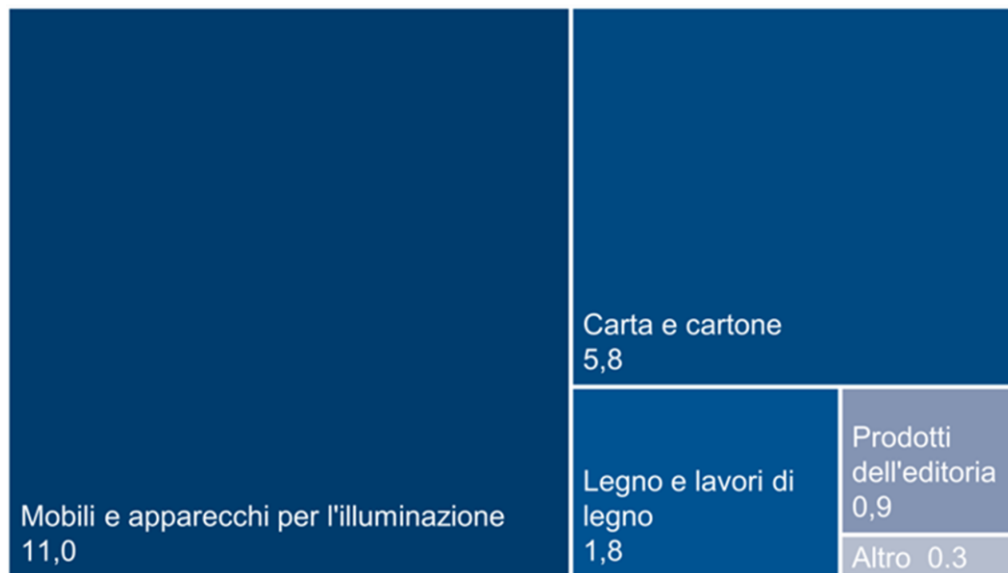
Fra le altre specializzazioni territoriali si evidenziano: tessile e abbigliamento di Vicenza, tessile e filati di Biella, calzature sportive di Treviso, calzature di Fermo, Macerata e Ascoli-Piceno, tessile e filati in seta di Como e tessile e abbigliamento di Treviso.

Fonte: Elaborazioni SACE su dati Istat.

Rimbalzo in atto nei primi sette mesi del 2021, dopo i cali diffusi a quasi tutti i comparti

- Nel 2020 le vendite oltreconfine dei comparti del settore tessile e abbigliamento hanno chiuso l'anno con contrazioni fra il 5 e il 34% circa, ad eccezione di altri manufatti tessili (+2,8%). Rimbalzo nei primi sette mesi di quest'anno per quasi tutti i comparti, mentre lana e seta faticano ancora.
- La prima componente dell'export del settore è la categoria di **indumenti e accessori di abbigliamento, diversi di quelli a maglia**, con un peso del 27,9% sul totale. Al secondo posto troviamo le calzature (25,4%), a cui seguono gli indumenti e accessori di abbigliamento, a maglia (21,1%).
- Le principali specializzazioni territoriali del settore sono **pelletteria e calzature di Firenze, concia di Vicenza, abbigliamento e maglieria di Firenze e tessile e abbigliamento di Prato**.

## Composizione delle vendite italiane di prodotti in legno, 2020 (€ mld)



Nota: nella categoria Altro sono stati inclusi fibre di cellulosa (0,2 miliardi di euro), sughero e lavori di sughero (37 milioni di euro) e lavori di intreccio (14 milioni)

Fra le altre specializzazioni territoriali si evidenziano sedie e tavoli di Udine e Gorizia, divani e poltrone di Matera, Bari e Barletta Andria Trani e mobili di Vicenza

Fonte: Elaborazioni SACE su dati Istat

In ampio recupero le esportazioni nei primi mesi di quest'anno

- Lo scorso anno tutti i comparti del settore prodotti in legno hanno registrato variazioni negative nelle esportazioni fra il 10 e il 28% circa. In recupero le vendite oltreconfine nei primi sette mesi del 2021, in particolare per mobili e apparecchi per l'illuminazione e legno e lavori di legno che segnano entrambi un incremento intorno al 30%.
- La categoria principale delle esportazioni del settore è quella di **mobili e apparecchi per l'illuminazione** che rappresenta oltre il 55% delle vendite totali. L'export di **carta e cartone** costituisce la seconda componente (29,4%), mentre con un peso minore troviamo **legno e lavori di legno** (8,9%).
- Fra le principali specializzazioni territoriali in riferimento al settore dei prodotti in legno si annoverano **legno e mobili di Monza e Brianza, Milano e Como, legno e mobili di Treviso, Carta di Lucca e legno e mobili di Pordenone.**



L'e-commerce conferma il suo ruolo centrale per la ripartenza delle vendite all'estero



Gli eventi fieristici torneranno ad essere un canale di vendita fondamentale



L'economia circolare e il PNRR



Ampliare il ventaglio dei mercati di destinazione per la propria strategia di internazionalizzazione



Cresce l'interesse per la sostenibilità delle filiere della moda e dell'arredo

Fonte: Area Studi Mediobanca, KPMG e PNRR.

*Quali le prospettive future per il settore Moda e Arredo?*

Risorse mobilitate da SACE  
per lo sviluppo delle  
imprese italiane nel 2020

RISERVE TECNICHE

14,9  
€ mld

GARANZIA ITALIA

21  
€ mld

2020 Dati finanziari SACE

Riserve tecniche

4.975  
€ mln

Patrimonio netto

4.775  
€ mln

Utile netto

79,7  
€ mln

Clienti attivi

26.233  
di cui 87% PMI

Sinistri liquidati

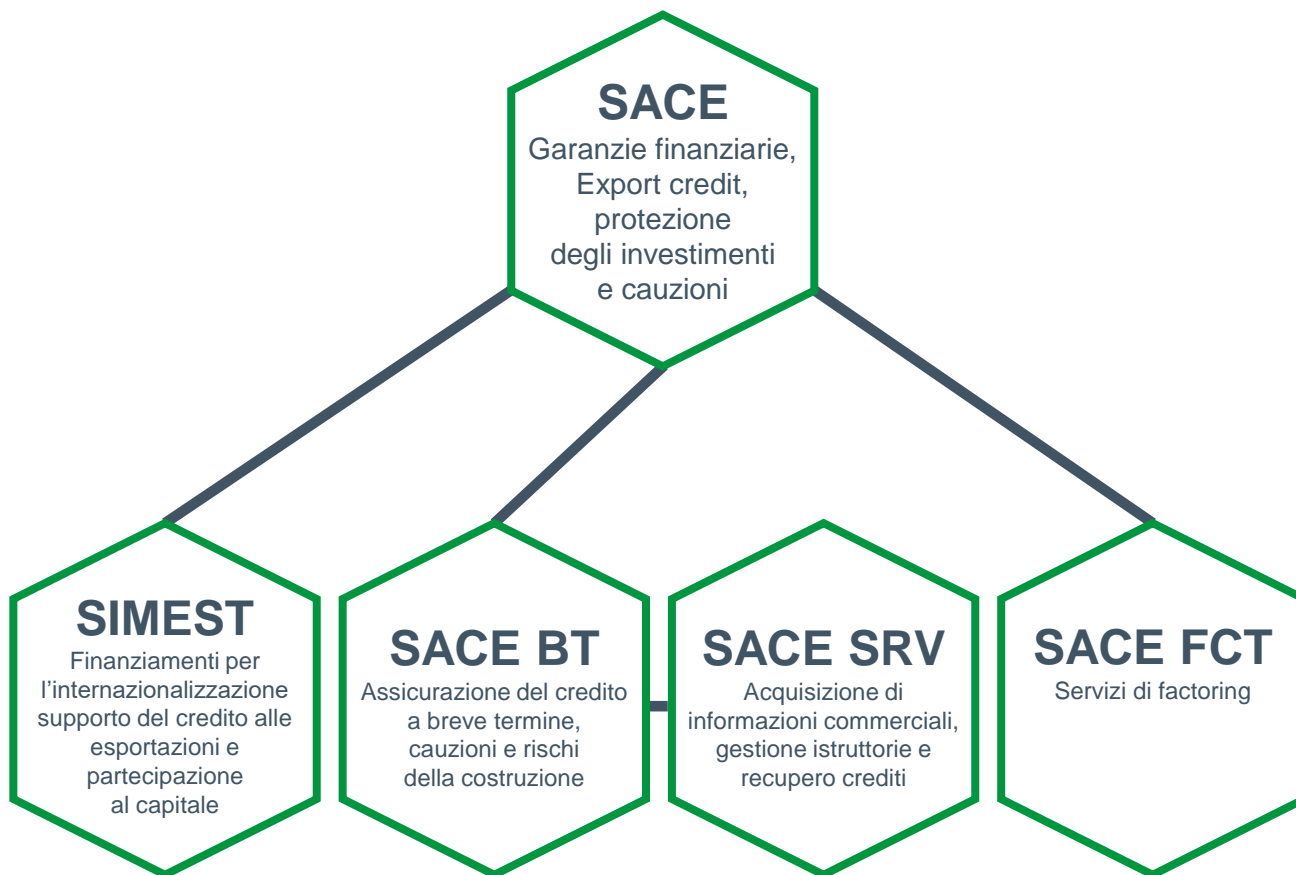
163,6  
€ mln

Premi lordi

736,9  
€ mln

*Il ruolo di SACE nella ripresa economica*

*Dietro ai nostri risultati, ci sono i successi delle imprese italiane*



**SACE** è una società per azioni sotto la direzione e il coordinamento del **Ministero dell'Economia e delle Finanze**

Detiene il 76% del capitale di **SIMEST** e il 100% delle azioni di **SCE FCT** e di **SACE BT**.

**SACE BT** a sua volta detiene il 100% del capitale di **SACE SRV**.

*Un modello operativo unico per lo sviluppo economico del Paese*

Qualsiasi tipologia di impresa (soggetto beneficiario) indipendentemente dalla dimensione, dal settore di attività e dalla forma giuridica, incluse dunque partite IVA e professionisti, con i seguenti requisiti:



Sede in Italia



Imprese che non erano in difficoltà al 31 dicembre 2019 ma che hanno affrontato o che si sono trovate in una situazione di difficoltà successivamente all'epidemia di Covid-19



PMI che hanno già utilizzato Il Fondo Centrale di Garanzia fino a completa capienza e che hanno già esaurito il "plafond" delle garanzie rilasciate da ISMEA

Caratteristiche impresa richiedente		Finanziamento	Strumento a disposizione
Numero dipendenti	Soglia fatturato	Importo massimo	SACE
 0 - 4999	  Fino a 1,5 mld	 Fino al 25% del fatturato di Gruppo Italia 2019 oppure il doppio del costo del personale di Gruppo Italia 2019	→ <b>90%</b> Se richiedente è PMI** Costo: 25 bps 1° anno 50 bps 2° e 3° anno 100 bps dal 4° al 6° anno Se richiedente non è PMI Costo: 50 bps 1° anno 100 bps 2° e 3° anno 200 bps dal 4° al 6° anno

*Garanzia Italia: a chi è destinato*

Garanzia finanziari a  
**prima richiesta  
irrevocabile(1) e  
incondizionata**

**Impegni SACE  
beneficianti della  
garanzia della  
Repubblica Italiana**

Percentuale di  
**copertura** da valutarsi  
caso per caso e **nei  
limiti dell'80%**  
(in ossequio alla  
normativa UE sugli aiuti  
di Stato)

**Remunerazione SACE  
a condizioni di  
mercato** con condizioni  
di **maggior favore** in  
caso di **beneficio  
simultaneo a più  
obiettivi**

## FINALITÀ DELLE GARANZIE

I progetti dovranno rispondere ai parametri previsti nel **regolamento** e nella **tassonomia europei** delle **attività eco-compatibili** ed essere finalizzati a:

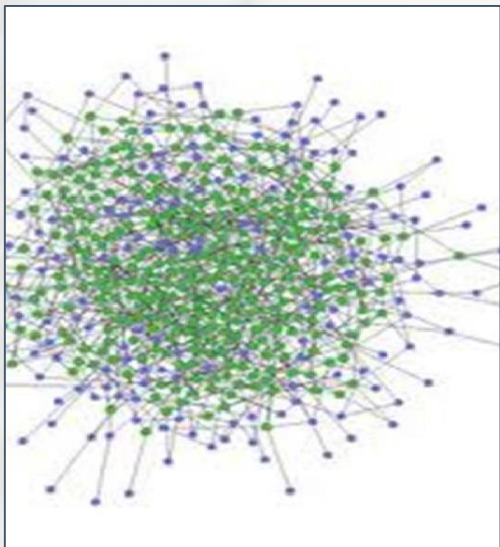
- Agevolare la transizione verso **un'economia pulita e circolare**
- Integrare i **cicli produttivi con tecnologie a basse emissioni** per la produzione di beni e servizi sostenibili
- Accelerare la **transizione** verso una **mobilità sostenibile e multimodale**
- Ridurre e/o prevenire l'**inquinamento**, ripristinare gli **ecosistemi** e la **biodiversità**, promuovere la **mitigazione e l'adattamento ai cambiamenti climatici** e proteggere le **acque e le risorse marine**

Note:

La valutazione di eligibility è condotta in autonomia da SACE e non comporta aggravii di costi per l'operazione

(1) La garanzia non può essere revocata neanche in caso di inadempimenti del progetto in materia di eligibility





**Un settore  
estremamente  
articolato e  
complesso**



**Uno dei più grandi  
settori del commercio  
mondiale  
Estremamente  
competitivo**



**Un settore soggetto  
a grandi evoluzioni**



**Da sempre aperto  
alla globalizzazione**

## Indice di specializzazione regionale (2018)




**525,7**  
mila  
addetti

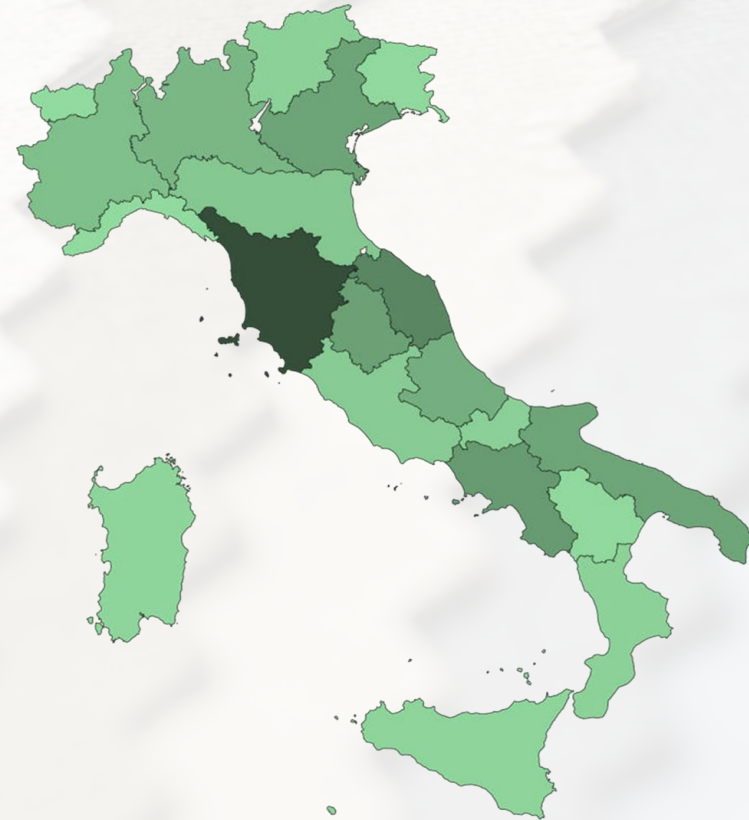
**14%**



**72,4**  
mila  
unità locali

**17%**

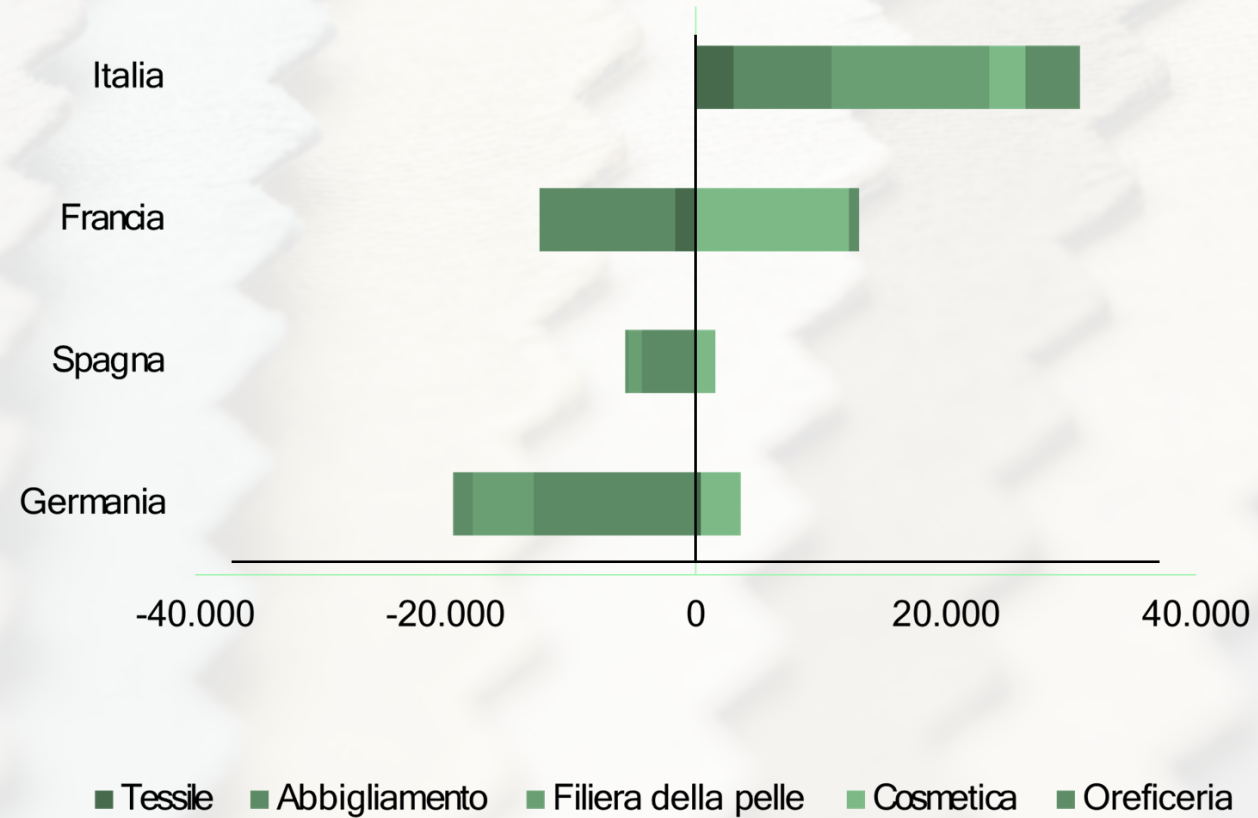
 Incidenza sul manifatturiero



Fonte: Area Studi Mediobanca, KPMG e PNRR.

*Sistema moda: un ruolo chiave nel manifatturiero italiano...*

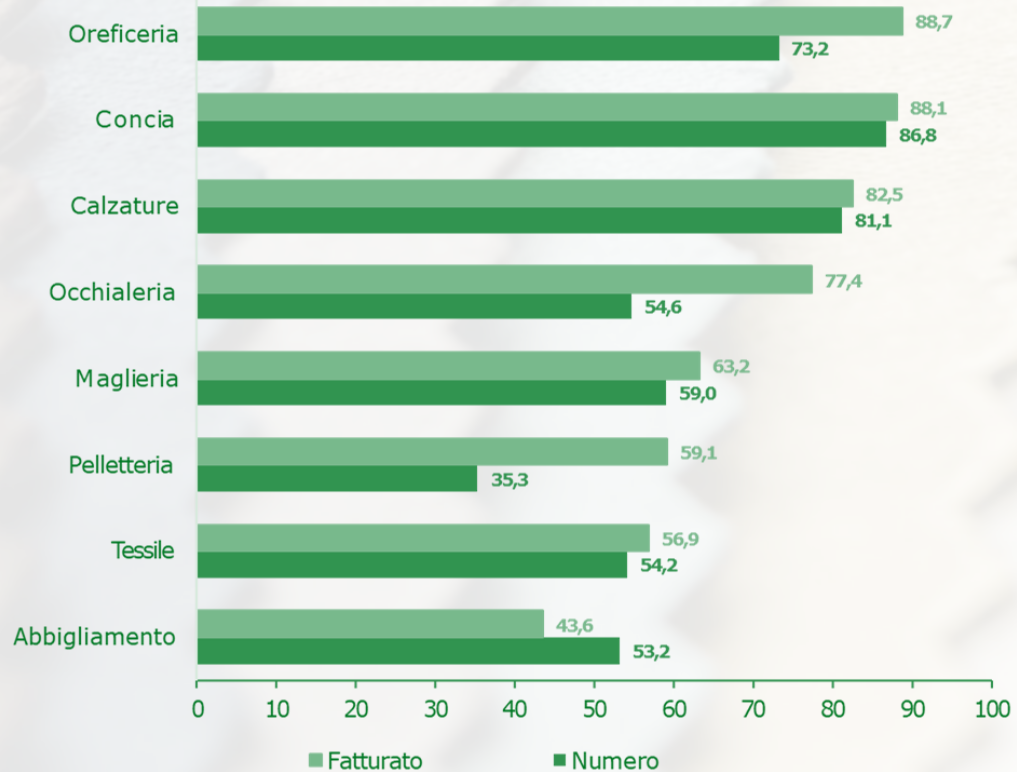
## Sistema Personal (\*): Saldo commerciale-confronto tra paesi europei (2019; milioni €)



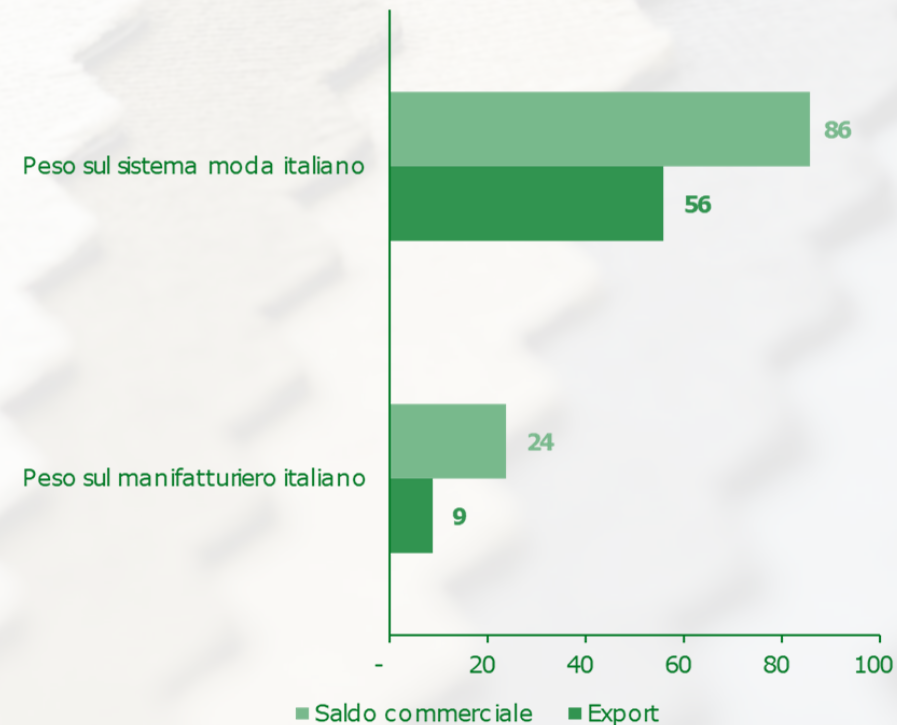
(\*) Non è stato incluso il settore dell'occhialeria perché non è disponibile il dettaglio per i competitor europei

*Sistema moda: un ruolo chiave nel manifatturiero italiano...*

## Peso dei distretti in termini di fatturato e addetti (% 2019)



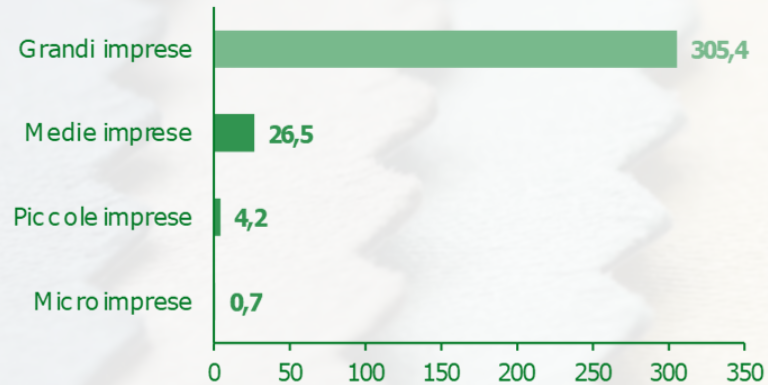
## Il peso dei distretti del sistema moda nel contesto italiano (% 2019)



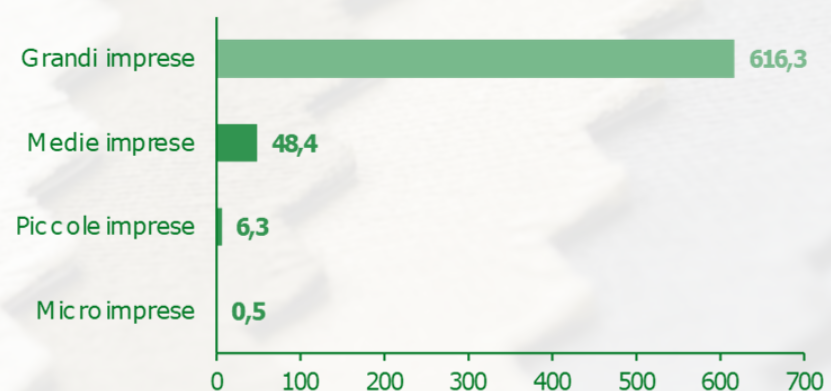
Fonte: elaborazioni e previsioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

*... grazie ai distretti ...*

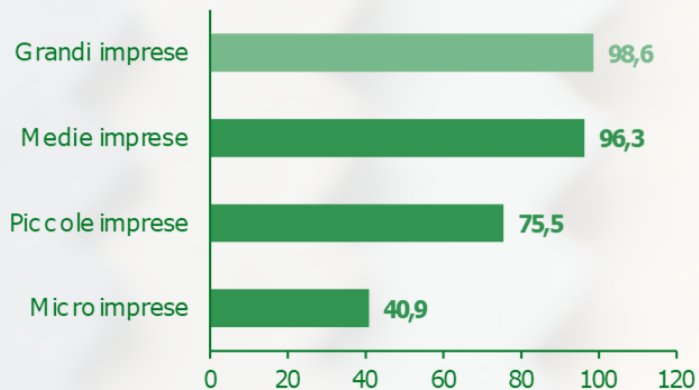
### Numero di brevetti ogni 100 imprese



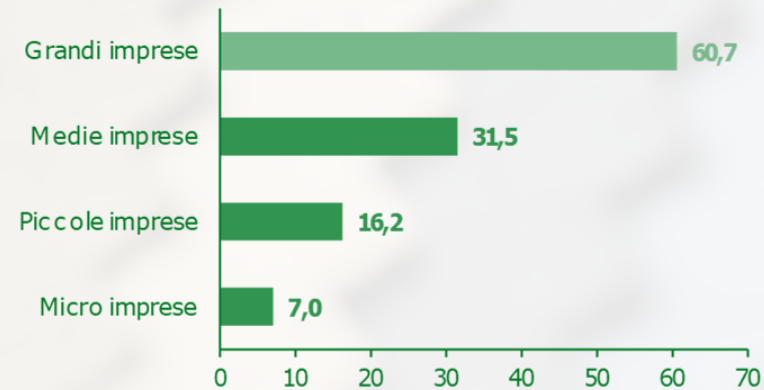
### Partecipate estere ogni 100 imprese



### %imprese che esportano



### %imprese che esportano con marchi

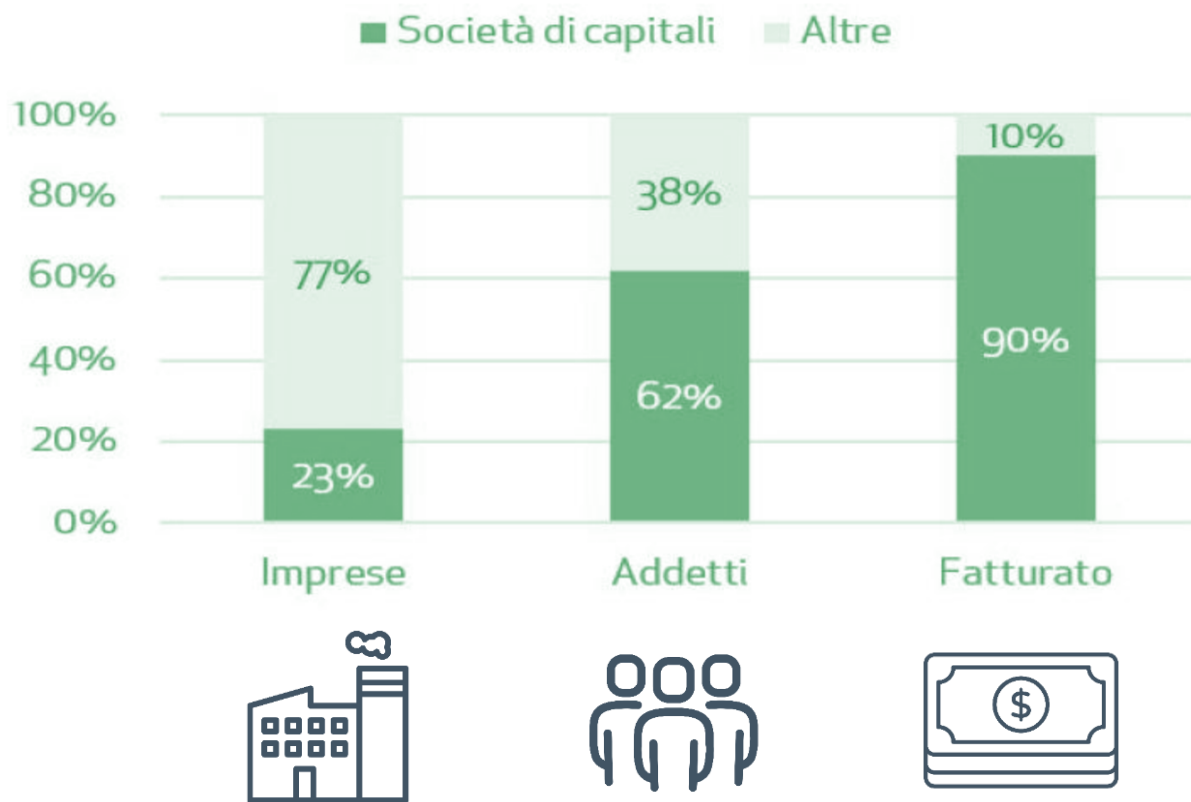


Fonte: Report Intesa SanPaolo

Nota: i dati si riferiscono alle imprese manifatturiere. Fonte: Intesa Sanpaolo Integrated Database (ISID)

*...che sono trainanti (per innovazione ed export)...*

## Le Imprese della Filiera Legno Arredo. Anno 2020



Fonte: Centro Studi FederlegnoArredo su dati Unioncamere e Movimprese

### Imprese e addetti

La **Filiera del Legno-Arredo** in Italia è composta da **71.534 imprese** e occupa **307.552 addetti**.

Grazie al massiccio ricorso da parte delle imprese agli ammortizzatori sociali e al blocco dei licenziamenti, nel 2020 la contrazione del numero degli addetti è contenuta al -2% del tutto in linea con quella del numero di imprese.

*Il settore Legno-Arredo: key numbers*

**Consuntivi 2020. Valori in milioni di euro.**

<b>FILIERA LEGNO-ARREDO</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>Var. % 2020/2019</b>
Fatturato alla produzione	43.018	39.088	-9,1%
Esportazioni	17.128	15.128	-11,7%
Quota export	40%	39%	
Produzione per mercato italiano	25.890	23.960	-7,5%
Importazioni	8.792	7.565	-13,9%
Consumo interno apparente	34.682	31.525	-9,1%

Fonte: Centro Studi FederlegnoArredo

***I principali risultati della filiera Legno-Arredo***

**Valori in milioni di euro.**

	1° sem 2019	1° sem 2020	1° sem 2021	Var. % 2021/20	Var. % 2021/19
Francia	1.375	1.070	1.556	45,4%	13,2%
Germania	955	853	1.035	21,4%	8,4%
Stati Uniti	708	592	905	53,1%	27,9%
Regno Unito	670	411	609	48,0%	-9,2%
Svizzera	375	294	385	31,3%	2,8%
Spagna	363	251	343	36,8%	-5,3%
Cina	282	212	326	53,8%	15,5%
Belgio	219	185	251	35,7%	14,3%
Austria	206	165	215	30,6%	4,6%
Russia	218	159	212	33,7%	-2,7%
altri	3.158	2.395	3.095	29,2%	-2,0%
TOTALE	8.529	6.586	8.933	35,6%	4,7%

Fonte: Centro Studi FederlegnoArredo su dati Istat

***Esportazioni della filiera Legno-Arredo (I semestre)***





689 mln € di fatturato del settore Edifici in legno (-7%) per un totale di produzione di edilizia in legno di 1,14 miliardi compreso grandi costruzioni, coperture, tetti, portici, solai



Un totale di 2.539 edifici residenziali realizzati nel settore - pari a 3.046 nuove abitazioni in legno - e 271 edifici non residenziali



Fatturato residenziale: 569 milioni di euro (-4,5%). Fatturato non residenziale: 120 milioni di euro (-13%)



39 milioni le esportazioni



230 operatori analizzati nell'indagine che hanno realizzato oltre il 60% degli edifici costruiti e coprono il 65% del fatturato realizzato nella costruzione di edifici in legno



Italia si conferma il quarto produttore europeo di edifici prefabbricati in legno

*Focus: i principali risultati del settore Edifici in legno*



# Risultati dei tavoli di lavoro

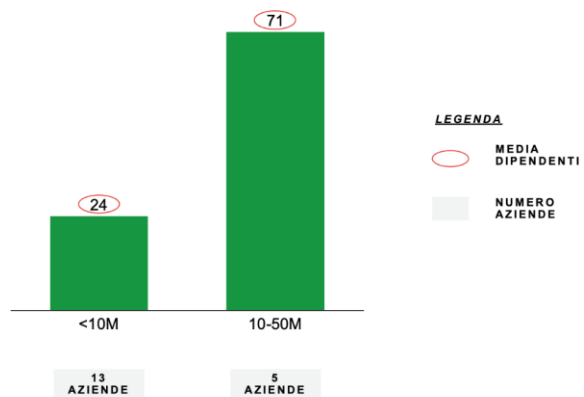
18

Aziende partecipanti  
ai tavoli di lavoro

6

Le regioni di  
provenienza

Distribuzione  
aziende per  
fatturato e  
dipendenti



*Overview aziende partecipanti*

Durante l'evento SACE Industry Edu-Lab, **le aziende partecipanti hanno partecipato a tavoli di lavoro su tematiche di primario interesse nell'attuale contesto economico** con l'obiettivo di capire quanto le tematiche:



**sono già permeate nella strategia aziendale**



**sono già agite all'interno dei meccanismi aziendali**

### STREAM A



#### **Digital Fashion: nuovi stili di consumo e innovazione di processo**

Approfondire come i nuovi trend e la contingenza vissuta hanno modificato gli stili di consumo dei clienti finali, con particolare riferimento a modelli distributivi, innovazione di processo, canali di contatto, etc.

### STREAM B



#### **Internazionalizzazione del Sistema Moda e Arredo nello scenario post-pandemico**

Approfondire come la contingenza ha impattato le attività di export, con particolare riferimento a nuovi mercati target, modifica della domanda di prodotti, barriere all'export e strumenti per superarle

### STREAM C



#### **Network di filiera: trasparenza e tracciabilità delle catene del valore sostenibili**

Approfondire i vantaggi di appartenere a distretti industriali in termini di catene del valore tracciabili e trasparenti, gestione del rischio dei fornitori, sostenibilità, etc

## Come sono cambiate le modalità di acquisto dei clienti finali e la loro percezione sui prodotti?

### E-COMMERCE



La pandemia ha accelerato la migrazione verso modalità d'acquisto online. Forte ascesa dei canali e-commerce e dei virtual showroom

### QUALITÀ DI PRODOTTO



Il consumatore presta sempre più una forte attenzione nei confronti della qualità del prodotto

### SOSTENIBILITÀ



Durante l'esperienza d'acquisto il consumatore ritiene rilevanti i valori inerenti temi di sostenibilità (ESG, environmental social and governance)

## Tali cambiamenti hanno un impatto sul modello produttivo e distributivo delle vostre aziende?

### IMPATTO SULLA PERSONALIZZAZIONE DI PRODOTTO

L'Opportunità di accedere in tempo reale ad informazioni grazie, ad esempio, all'utilizzo di piattaforme digitali, permette sempre più di sviluppare prodotti basati sulle esigenze dei consumatori

### IMPATTO SULLA COMUNICAZIONE

L'utilizzo di canali digitali rende necessari investimenti in sponsorizzazione e strategie non convenzionali di marketing per far percepire sul web la qualità di prodotto

### IMPATTO SUL MODELLO PRODUTTIVO

Necessità di Sostenere costi aggiuntivi per rendere il prodotto personalizzato e sostenibile in termini di aggiornamento, modifica e innovazione dei processi di lavorazione

## Quali sono le principali innovazioni di processo implementate all'interno delle vostre aziende?

Digitalizzazione dei processi di vendita di prodotti B2C e B2B, con l'obiettivo di garantire un servizio omnicanale e di recepire feedback immediati sulla soddisfazione dei clienti.

Innovazioni di processo che dovranno essere integrate lungo tutta la filiera di settore per favorire l'innovazione dei processi produttivi in ottica sostenibile



Maggiore rapidità del processo informativo, con l'obiettivo di garantire la vicinanza con i propri clienti e comunicazioni efficaci nei confronti del mercato e degli stakeholder

## Per raggiungere al meglio i vostri clienti state puntando sull'utilizzo di piattaforme digitali per la vendita?

### VIRTUAL SHOWROOM



Strumento di fondamentale importanza per avere un approccio diretto con i propri clienti. Utile ad abbattere i costi fisici, ma non ad attrarre nuovi clienti, in quanto manca il rapporto personale

### APP



Implementazione di App e configuratori affinché il cliente e/o l'intermediario abbia tutte le informazioni necessarie nel minor tempo possibile

### E-COMMERCE



L'e-commerce è in forte ascesa, soprattutto per i marchi già consolidati anche grazie a politiche di sponsorizzazione e strategie mirate di marketing



## Con riferimento alle attività di export avete percepito dei cambiamenti derivanti dalla crisi pandemica sulle attività di export?

I mercati americani, pre-pandemia, hanno fatto registrare una leggera flessione, mentre ad oggi sembra esserci un'inversione di tendenza a favore del Made in Italy

I mercati europei stanno dando buoni segnali di ripresa e sviluppo

I mercati asiatici hanno rafforzato la propria presenza a livello internazionale (specialmente su piattaforme digitali) a partire dai mesi estivi

## Principali rischi percepiti



Mismatch  
competenze



**Scarsa  
conoscenza  
dei mercati esteri**



Carente  
sensibilizzazione  
al prodotto  
Made in Italy

## Strumenti per superarle

CONOSCENZA DEL MERCATO TARGET

COMUNICAZIONE E MARKETING

SUPPORTO SPECIALIZZATO E LOCALIZZATO

*Posizionamento rispetto al benchmark*

**Come vi state organizzando per dipendere meno da lunghe catene di approvvigionamento al fine di poter tracciare interamente la vostra filiera?**

**Implementazione di un gestionale e di sistemi di tracciamento delle materie prime**

**Acquisizione diretta di aziende del settore e di fornitori storici**

**Valorizzazione del know how tramite la formazione di un sistema unico di aziende**

**Mantenimento delle produzioni dei fornitori e della componentistica di prodotto all'interno del proprio distretto  
o comunque nei distretti legati al Made in Italy**

***Network di filiera: trasparenza e tracciabilità delle catene del valore sostenibili (1/4)***

## Quali sono le modalità con cui monitorate l'affidabilità dei vostri fornitori?

Le aziende ad oggi non monitorano l'affidabilità dei propri fornitori con processi strutturati a causa di...

1

... scarsità di dati  
finanziari su  
fornitori esteri

2

... scarsa  
sensibilizzazione sul  
valore aggiunto creato  
dal monitoraggio dei  
fornitori

3

... mismatch  
competenze oltre  
all'analisi di bilancio  
(es. risk assessment)

**Percepите un reale vantaggio competitivo ottenuto grazie alla vostra presenza in distretti industriali?**

**VANTAGGI DI  
PROSSIMITÀ**

**RETI FLESSIBILI,  
ORGANIZZATE  
E VELOCI**

**MAGGIORE FORZA  
CONTRATTUALE**

**MAGGIORE  
CONTROLLO  
DEI RISCHI**

**PROCESSI DI  
INNOVAZIONE  
AGEVOLATI**

***Network di filiera: trasparenza e tracciabilità  
delle catene del valore sostenibili (3/4)***

**Al fine di promuovere il Made in Italy e la semplicità di approvvigionamento delle risorse, state pensando di ridurre la delocalizzazione di alcuni processi produttivi?**

**INVESTIMENTI DI  
PROSSIMITÀ**



Filiere produttive dove le aziende si identificano in un progetto comune

**MANTENIMENTO DEI  
FORNITORI LOCALI  
ALL'INTERNO DEL  
DISTRETTO**



Nel lungo periodo si ha minor dipendenza da fattori esogeni (aumento costi di trasporto, Materie prime, etc.)

**MANTENIMENTO DI UNA  
SUPPLY CHAIN STABILE**



Mantenere quanto più possibile il rapporto con i fornitori storici favorisce la crescita e lo sviluppo in prospettiva futura

*Network di filiera: trasparenza e tracciabilità delle catene del valore sostenibili (4/4)*

# Tips di SACE



## Digital Fashion: nuovi stili di consumo e innovazione di processo

1. **Sviluppare, anche in partnership con altre aziende della filiera/distretto, piattaforme di e-commerce** per la vendita di prodotti
2. **Implementare modelli distributivi che seguano logiche phygital** (physical + digital), capace di unire l'approccio fisico (es. per consulenza su prodotti) e digitale (es. per fase di acquisto)
3. **Attuare innovazioni di prodotto e processo in ottica sostenibile** per rispondere alle «nuove attenzioni» dei clienti
4. **Richiedere supporto informativo ad enti specializzati per capire le opportunità presenti all'interno del PNRR** sulla strategia nazionale di economia circolare

## Internazionalizzazione del Sistema Moda e Arredo nello scenario post-pandemico

1. **Adottare approcci e modelli più rigorosi di analisi e selezione dei mercati target**, investendo in formazione specialistica ed infrastrutture digitali adeguate
2. **Partecipare a eventi fieristici** per permettere ai clienti di apprezzare «con mano» la qualità e il design dei prodotti Made in Italy
3. **Valutare le opportunità presenti anche in nuovi mercati potenziali** ad oggi non considerati dalla strategia aziendale, alla luce del nuovo quadro geo-politico
4. **Incorporare standard ESG nei propri modelli di business per un'internazionalizzazione sostenibile**

## Network di filiera: trasparenza e tracciabilità delle catene del valore sostenibili

1. **Stringere accordi di filiera/di distretto per garantire la tracciabilità del prodotto lungo l'intera catena del valore**
2. **Richiedere supporto informativo ad enti specializzati** per capire le opportunità di esportare tramite network di filiera consolidati presenti nei mercati esteri
3. **Sviluppare relazioni di filiera** per affrontare insieme la transizione verso la sostenibilità (innovazione di processo e innovazione di prodotto condivisa)
4. **Comunicare i risultati ottenuti inerenti la sostenibilità ai propri stakeholder (clienti, fornitori, etc)**