



Rete Innovativa Regionale
Face Design

Rete FACE DESIGN
Piano Operativo 2017-2020



SCENARIO STRATEGICO DI RIFERIMENTO

La RETE INNOVATIVA FACE DESIGN vede rappresentate aziende e centri di ricerca che si riconoscono nell'ambito della specializzazione intelligente "Creative Industries". Nello specifico la Rete rappresenta tutte le imprese venete che possono essere rappresentative del "Made in Italy", cioè tutte quelle filiere tradizionali che rientrano nella definizione del "bello, ben fatto e buono".

In Veneto i settori ascrivibili al *Made in Italy* presentano numeri estremamente significativi: considerando solo i settori tessile, occhialeria, abbigliamento e calzature si riscontra la presenza di oltre 9.500 unità produttive (17,6% del totale manifatturiero regionale) con un fatturato complessivo di 15,6 miliardi di euro (18% del fatturato nazionale), un'occupazione di quasi 100 mila addetti e un valore delle esportazioni di oltre 9 miliardi di euro, pari al 18% dell'export regionale.

Questi settori presentano uno sviluppo di difficile lettura, caratterizzati dalla necessità di valorizzare e mantenere le manualità artigianali e le competenze tecniche innervandole di nuovi input innovativi, non solo di tipo tecnologico.

Va evidenziato che questo scenario, preesistente alla crisi causata dalla pandemia tuttora in atto, potrebbe subire sostanziali variazioni e pertanto anche alcune azioni inizialmente non previste nel programma della RIR dovranno essere previste e o modificate.

I dati sono estremamente allarmanti: nel secondo trimestre 2020 l'economia industriale italiana è stata duramente colpita sia dall'esteso blocco delle attività produttive sia da una riduzione della domanda senza precedenti.

Il crollo dell'export, il sostanziale azzeramento della spesa in Italia dei non residenti, la caduta della spesa delle famiglie hanno concorso a determinare una riduzione del -17,9% del valore aggiunto rispetto allo stesso trimestre del 2019.

Il comparto «moda», -statisticamente costituito dai settori tessile, abbigliamento e articoli in pelle- ha subito la crisi in modo particolarmente intenso e mostra più difficoltà di altri nel recuperare i livelli di domanda e produzione del 2019.

Il fatturato del comparto è arrivato a subire una riduzione tendenziale (sullo stesso periodo dell'anno precedente) di quasi l'80% nel mese di aprile e si attesta, come dato complessivo del primo semestre, intorno al -30% (peggio ha fatto solo l'industria petrolifera).

Gli ordinativi risultavano in calo già da febbraio e ancora a giugno la variazione tendenziale è stata del -38% (contro una media dell'industria del -12%).

Anche l'indice di produzione risultava già in calo prima della crisi (gennaio, febbraio) e continua a far segnare una drammatica riduzione tendenziale del -20% anche nel mese di luglio (quando quello generale dell'industria è «risalito» al -8%).

L'export, che lo scorso anno aveva raggiunto il valore record di 56,5 miliardi, ha fatto segnare nei primi sette mesi del 2020 un calo di quasi il -25% e, anche in questo caso, il ritorno ai livelli preesistenti procede con particolare lentezza.

Il settore, pur essendo composto in prevalenza da piccole imprese (solo un terzo degli addetti appartiene ad imprese con oltre 50 addetti), che ne riduce l'incidenza sui dipendenti, presenta comunque una presenza manageriale significativa sia in termini quantitativi (3.161 dirigenti secondo i dati Inps 2018 ancora non aggiornati) sia in termini qualitativi (elevata percentuale di donne e buona presenza di under 45enni).

Il prolungarsi dei bassi livelli di domanda e produzione che i dati congiunturali evidenziano può avere conseguenze devastanti sul settore, mettendo a rischio la sopravvivenza delle imprese di dimensione medio-piccola e richiedendo notevoli sforzi a quelle intermedie e grandi.

Sostanziale blocco del flusso turistico estero, perdurare delle difficoltà nei grandi mercati di sbocco dell'export e ridimensionamento dei consumi interni anche dopo il lock down (a luglio il settore «abbigliamento e pellicceria» del commercio al dettaglio ha fatto registrare una riduzione del -27,9% contro una media di tutti i settori del -7,2%) determinano una condizione di criticità peculiare del comparto, che evidenzia la necessità di interventi specifici per evitare la perdita di una parte consistente di un patrimonio fondamentale del sistema produttivo italiano.

Mission

La Rete FACE Design – *Fashion Creative and Design Driven Industries* intende contribuire al potenziamento di imprese appartenenti a settori e ambiti ascrivibili al *Made in Italy*, dal tessile e abbigliamento, calzatura all'arredamento, illuminazione e design in senso lato. Sarà utilizzato un attraverso un duplice approccio:

a) pluri-settoriale e trasversale, al fine di elaborare nuovi processi progettuali, produttivi, comunicativi e distributivi capaci di far agire le imprese in una dimensione internazionale.

Il lavoro di rete sviluppa – con attenzione alle dinamiche di tipo orizzontale legate ai fattori abilitanti, non solo alle necessità dei singoli settori specifici – perciò strategie, sistemi, servizi, prodotti e modalità di comunicazione, in grado di costruire internamente ed esternamente un'identità per le imprese fondata sul *genius loci* e adatta alle nuove condizioni economico, commerciali e socio-culturali.

b) Verticale, rispetto alle diverse filiere che compongono l'aggregazione e investendo su ricerca e sviluppo, tecnologie, innovazione e capitale umano, utilizzando le tecnologie digitali quali abilitatori di nuove *value chain* e modelli di business. Questa serie di azioni prevedrà basi progettuali comuni a diverse filiere con specifici approfondimenti più specialistici.

Attraverso l'interazione tra le aziende della filiera e centri della conoscenza, si intende dunque:

- rinforzare il posizionamento delle filiere B2B presenti in questa regione, attraverso azioni di innovazione su materiali, automazione dei processi interni, consolidamento della filiera, normazione e potenziamento dei processi di trasferimento delle competenze;
- favorire il consolidamento e la creazione di aziende "di mercato", anche attraverso il riposizionamento strategico di aziende esistenti attingendo a nuove conoscenze in ambito design, ICT e innervandole nella conoscenza di prodotto presente nel territorio.

I fenomeni a cui abbiamo assistito in questi mesi, portano a pensare che la pandemia modificherà anche una serie molto ampia di atteggiamenti gestionali, produttivi e organizzativi. Decine di milioni di imprese, in poche settimane, hanno radicalmente modificato i modelli organizzativi e di business, messo gran parte dei lavoratori in condizione di lavorare da remoto, diversificato, modificato prodotti e servizi offerti, aperto o rafforzato canali commerciali online, esternalizzato interi processi produttivi verso aree geografiche meno colpite dal virus, modificato le catene di approvvigionamento, internalizzato lavorazioni da tempo delegate all'esterno, ecc. Molte di queste attività, in era pre-covid, erano frenate dalle resistenze al cambiamento; oggi lo scenario imposto dalla diffusione del virus ha obbligato le imprese a fare della velocità il proprio paradigma.

A fronte del mutato scenario di riferimento, andranno pertanto maggiormente presidiati due temi, che costituiscono trasversalmente ambiti di interesse per tutte le aziende della RIR:

- analisi dei trend in atto, quali: Digital export in crescita anche verso paesi "emergenti"; Nuovi modelli di consumo; Nuovi modelli di business per le Filiere; Regionalizzazione delle aziende; Guerra per i Talenti; Innovazione spinta nella distribuzione, logistica, hub di quartiere (negozi hub); Academy di filiera
- analisi dei processi di managerializzazione. Per consentire il cambiamento, sarà necessario ricorrere a nuove competenze manageriali, in particolare in quegli ambiti in cui sono ancora carenti: people management, la relazione con i mercati (marketing, comunicazione, vendite, esportazione, ...), la gestione delle innovazioni in campo tecnologico, della sostenibilità aziendale, della trasformazione energetica e dei nuovi modelli di business.

STATO DI FUNZIONAMENTO DELLA RETE FACE DESIGN

Soggetto giuridico e governance della Rete

Il soggetto giuridico della Rete Innovativa Face Design è un consorzio i cui soci sono il Politecnico Calzaturiero, già soggetto giuridico del Distretto della Riviera del Brenta, la Fondazione Univeneto, che unisce i 4 Atenei del Veneto, il Consorzio della Moda di Verona e IVL, società di servizi emanazione di Confartigianato del Veneto. Il Comitato di Pilotaggio è composto da un componente delle Università di Padova, Verona e Venezia, due componenti di IUAV e un componente di parte datoriale.

Il Comitato Tecnico Scientifico della RIR è composto da docenti dei 4 Atenei e da imprenditori espressione di aziende dei diversi settori interessati.

Soci

Sono soci della rete innovativa, soggetti istituzionali soggetti della conoscenza e aziende. Per quanto riguarda La prima categoria ricordiamo:

- POLITECNICO CALZATURIERO SCARL www.politecnicocalzaturiero.it
- CONFINDUSTRIA VENETO SIAV SPA www.confindustria.veneto.it
- CERTOTTICA www.certottica.it
- CONSORZIO DELLA MODA www.veronamoda.it
- ISTITUTO VENETO PER IL LAVORO www.istitutovenetolavoro.it/
- ANFAO - Associazione nazionale fabbricanti articoli ottici www.anfao.it/
- T2I www.t2i.it
- UNIC---UNIONE NAZIONALE INDUSTRIA CONCIARIA www.unic.it

Elenco delle aziende che partecipano alla Rete

	Ragione Sociale	Web
1	A.MA DI COLLODEL MARA (ST. GEORGES)	www.stgeorges.it/
2	A.P.IMPRESA S.A.S DI ANTONIO PISANELLO & C.	
3	AIV FORMAZIONE sc	www.aivformazione.it
4	ARPER SPA	www.arper.com
5	ATELIER STIMAMIGLIO SRL	www.atelierstimamiglio.com
6	BENETTON GROUP SRL	www.benettongroup.com
7	BONOTTO SPA	www.bonotto.biz
8	BOTTEGA VENETA SRL	www.bottegaveneta.com
9	BRAND STYLE SRL	WWW.N41ONBOARD.COM
10	BZ MODA SRL	www.bzmoda.it
11	CACCARO SRL	www.caccaro.com
12	CDIVERTIAMO SRL	www.cdivertiamo.com
13	CONFEZIONI ALICE DI DALLA MONTÀ LAURA	
14	CONFEZIONI ANNA S.R.L.	www.confezionianna.com
15	CORRADO MARETTO SRL	www.maretto.it
16	DALLA MORA AUGUSTINA (ITALIAN FELT ACADEMY)	www.italianfeltacademy.it
17	DANI SPA	www.gruppodani.com
18	DE CASTELLI SRL	www.decastelli.it
19	DE RIGO VISION SPA	www.derigo.com
20	DEDAGROUP STEALTH SRL	www.dedagroup.it

21	DIEFFEBI SPA	www.dieffebi.com
22	ELMAS SOFTWARE	www.elmas.net
23	EVA MOS SRL	www.evamos.it/
24	EXTRA FORMAT SRLS	
25	FACCIAMO SCARPE SRL	www.facciamoscarpe.it
26	FALMEC SPA	www.falmec.it
27	FORALL CONFEZIONI SPA	www.palzileri.com
28	FORMIFICIO STF SRL	/www.formificiostf.it
29	FRAMEWORKS SNC	
30	FRATELLI CALEGARO SRL	www.calegaro.it
31	FRETOR SRL	www.fretor.com
32	GIFA RICAMI	www.gifa.it
33	GIORGIO FEDON E FIGLI SPA	www.fedon.com
34	GIULIA GALANTI SRL	www.giuliagalanti.it
35	GLITTERCOM DI BAZZONI DAMIANO	www.glittercom.it
36	HAPTER IDEE PER IL TESSILE	www.hapter.it
37	IMJIT35020 MANUFACTUS	www.imjit35020.com
38	IMMAGINE 98 SRL	www.immagine98.it
39	INDUSTRIES SPA	www.industries-group.com
40	JEANS MARKET SRL	www.jeansmarket.it
41	LA PONY CONFEZIONI SNC	www.lapony.it
42	LANIFICIO PAOLETTI	www.lanificiopaoletti.it
43	MAFER PRODUCTION S.R.L.	www.mafer.it
44	MAGLIERIA SCARTOZZONI	www.scartozzoni.it
45	MAGLIFICIO GIORDANO'S	www.maglificiogiordanos.com
46	MAGLIFICIO MANCON	www.maglieriamancon.it

47	MAGLIFICIO MILES SPA	www.maglificio miles.it
48	MARCHON ITALIA S.R.L.	www.marchon.com
49	MARSILIO EDITORI	www.marsilioeditori.it
50	MARZOTTO WOOL MANUFACTURING SRL	www.marzottogroup.it/marzotto_wool
51	MARZOTTO LAB SRL	www.marzottogroup.it/marzotto_lab
52	MARZOTTO GROUP	www.marzottogroup.it
53	MATÌ SRL	www.hoovers.com
54	MFI SRL	mfuno.it
55	MONCLER SPA	www.moncler.com
56	MORO GIANLUCA	
57	MTVV, MANIFATTURE TESSILI VITTORIO VENETO	www.mtvv.it
58	NICE SPA	www.niceforyou.com
59	NOITEX SRL	www.noitex.it
60	ONLY T SHIRT SRL	www.onlyt-shirt.com
61	OTB SPA	/www.otb.net
62	PAOUL CALZATURE	www.paoul.com
63	PITTAROSSO SPA	www.pittarosso.com
64	PRODUTTORI MODA NOI SRL	www.modanoi.it

65	PROGETTO ARSENALE SRL	
66	REVERT SRL	www.revert.it
67	SALAMON MARIA TERESA	
68	SALVIATI SRL	www.salviati.com
69	SARTORIA COMERLATI	www.sartoriacomerlati.it
70	SERICA 1870 SRL	www.serica1870.com
71	STICK SRLS – RE ART FASHION INSTITUTE	www.reartinstitute.it
72	SYNERGY FASHION GROUP	www.si-energy.it
73	T EMME 2 SRL	www.temme2.it
74	TACCHIFICIO MONTI SRL	www.tacchificiomonti.com
75	TESSITURA LA COLOBINA	
76	TESSITURA LUIGI BEVILACQUA S.R.L.	/www.luigi-bevilacqua.com
77	THE ID FACTORY SRL	www.theidfactory.com
78	THEMA OPTICAL	www.thema-optical.com
79	TIEMME SAS	http://www.latiemme.it
80	TRANCERIA STEBOR	www.stebor.it
81	UNIFARCO SPA	www.unifarco.it
82	VERSAL	https://versal.com
83	VISTA EYEWEAR SRL.	www.madinitaly.com
84	WALMODE SRL	www.walmode.com
85	ZANETTI MODA S.R.L.	www.zanettimoda.it
86	ACTION SRL	www.actionpd.it
87	CERTOTTICA	www.certottica.it

Elenco dei soggetti della ricerca che partecipano alla Rete

1	FONDAZIONE UNIVENETO	www.univeneto.it
2	UNIVERSITÀ IUAV DI VENEZIA DIPARTIMENTO DI PIANIFICAZIONE PROGETTAZIONE IN AMBIENTI COMPLESSI	http://www.iuav.it/Ateneo1/strutture-/progettazi/
3	UNIVERSITÀ IUAV DI VENEZIA DIPARTIMENTO DI CULTURE DEL PROGETTO	http://www.iuav.it/Ateneo1/strutture-/culture-de/
4	UNIVERSITÀ CA' FOSCARI VENEZIA DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE	http://www.unive.it/nqcontent.cfm?a_id=70401
5	UNIVERSITÀ DI PADOVA, DTG DIPARTIMENTO DI TECNICA E GESTIONE DEI SISTEMI INDUSTRIALI	www.gest.unipd.it
6	UNIVERSITÀ DI PADOVA, DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI	http://www.economia.unipd.it/
7	CNR-ISTITUTO PER LA DINAMICA DEI PROCESSI AMBIENTALI	www.idpa.cnr.it/
8	UNIVERSITÀ DI PADOVA, DII DIPARTIMENTO DI INGEGNERIA INDUSTRIALE	www.dii.unipd.it/

9	UNIVERSITÀ DI VERONA DIP. DI SCIENZE GIURIDICHE. SEZIONE DIRITTO INTERNAZIONALE	www.dsg.univr.it/
10	UNIVERSITÀ DI VERONA - DIPARTIMENTO DI ECONOMIA E COMMERCIO	www.dea.univr.it/
11	UNIVERSITÀ DI VERONA. SPIN OFF: ECONOMIC LIVING LAB	http://www.dse.univr.it/?ent=bibliocr&id=256&tipobc=8&lang=it
12	POLITECNICO CALZATURIERO SCARL	www.politecnicocalzaturiero.it
13	CONSORZIO INNOVAFVG	www.innovafvg.it/

IL PROGRAMMA DI SVILUPPO 2020- 2021

A)

Obiettivo generale della Rete è costruire una piattaforma di attività di studio e ricerca che stimoli la connessione e la collaborazione fra università e imprese e il confronto multidisciplinare su design, processi, tecnologie e materiali, comunicazione e prodotto nei settori della Moda, del Sistema Casa e delle imprese *design driven*. L'elaborazione di nuovi scenari per il *Made in Italy* in questi settori, capaci di valorizzarne le peculiarità sia "tradizionali" che "nuove", necessita di essere sviluppata in relazione sia agli aspetti progettuali e produttivi che economici, sociali e culturali. Necessita inoltre di una rinnovata capacità di comunicare la propria specificità anche in termini di brand.

Sono **obiettivi specifici** della Rete i seguenti ambiti:

1. Ricerca, trasferimento tecnologico, *design driven innovation*
2. Innovazione di processo
3. Capitale umano e formazione
4. *Reshoring*
5. Internazionalizzazione
6. Networking e divulgazione delle identità aziendali
7. Sviluppo territoriale e innovazione
8. Valutazione e monitoraggio

La rete vuole porsi come interlocutore elastico e specializzato per tutte le imprese aderenti al Settore del Made in Italy veneto ma anche per tutte quelle realtà – italiane e non – che vogliono collaborare, condividendo criticità, soluzioni, progettualità condivise e implementabili. Si vuole in definitiva colmare quel vuoto tra le fasi della ricerca applicata e gli sviluppi tecnologici per le imprese.

Va evidenziato che tra i soggetti aderenti alla RIR vi sono soggetti (Associazioni di categoria, Centri di Innovazione, Consorzi) che già da molti anni costituiscono per questi settori significativi agenti di sviluppo. La loro interazione costituirà un ulteriore valore aggiunto per la Rete Innovativa.

La RIR infine, parteciperà a bandi regionali, nazionali e comunitari per favorire la competitività delle imprese, originando progettualità rispondenti alle finalità individuate.

B)

In riferimento alla RIS3, *Smart Specialisation Strategy della Regione del Veneto*, la Rete Innovativa Face Design intende percorrere:

1. Specializzazione: **Smart Manufacturing**.

Tecnologie abilitanti: ICT, Materiali avanzati, Prototipazione Traiettorie di sviluppo ritenute prioritarie:

Nuovi modelli organizzativi e produttivi: obiettivo è intraprendere la trasformazione del processo produttivo del settore moda dal modello classico alla lavorazione basata sul lean thinking. Tale cambiamento garantirà alle aziende di settore una produzione più snella e flessibile per far fronte alle richieste di un mercato in costante cambiamento.

Progettazione e tecnologie avanzate di produzione: l'introduzione di nuove tecnologie di progettazione e di produzione in un settore tradizionale come quello della moda risulta fondamentale per far fronte alla concorrenza. Ciò consentirà alle aziende di ridurre sempre di più le tempistiche di progettazione e produzione.

2. Specializzazione: **Creative Industries**

Tecnologie abilitanti: ICT, Materiali avanzati, Sistemi manifatturieri avanzati, Prototipazione Traiettorie di sviluppo ritenute prioritarie:

Materiali innovativi e biomateriali: studio di nuovi materiali utilizzabili nel processo di produzione. Le aziende in grado di proporre un prodotto diverso si pongono su un altro livello rispetto alla concorrenza e hanno una visibilità maggiore.

Nuovi modelli di business: obiettivo è quello di studiare nuovi modelli di business applicabili nelle aziende del settore moda in modo da incrementarne la competitività a livello nazionale ed internazionale.

Progettazioni creative: il settore moda è prima di tutto un'"industria creativa". Incentivare e facilitare i processi di ideazione e collaborazione con nuove metodologie diventa stimolo necessario per l'intero settore.

Marketing innovativo e virtualizzazione dei prodotti: lo studio di metodologie di marketing innovative e l'utilizzo di specifici applicativi per la virtualizzazione del prodotto sono strumenti necessari per ampliare il mercato già esistente delle aziende. L'obiettivo è quello di consentire alle aziende di coprire con strumenti adeguati i propri mercati di riferimento.

C)

La rete innovativa FACE ha nel suo programma tematiche coerenti con i seguenti ambiti di riferimento della Strategia Nazionale di Specializzazione Intelligente:

Industria intelligente e sostenibile, energia e ambiente

- Processi produttivi innovativi ad alta efficienza e per la sostenibilità industriale
- Sistemi produttivi evolutivi e adattativi per la produzione personalizzata
- Materiali innovativi ed ecocompatibili
- Sistemi e tecnologie per il water e il waste treatment

Turismo, patrimonio culturale e industria della creatività: Traiettorie tecnologiche di sviluppo a priorità nazionale

- Sistemi e applicazioni per il turismo, la fruizione della cultura e l'attrattività del Made in Italy
- Tecnologie per il design evoluto e l'artigianato digitale

Il soggetto giuridico ha da tempo avviato i contatti con il Cluster tecnologico nazionale del Made in Italy e ha contribuendo alla redazione del piano strategico dello stesso, Non ha ancora provveduto a formalizzare l'adesione al cluster, che verrà comunque effettuata a breve.

Inoltre, si sono avviati i contatti per aderire alla piattaforma europea EURATEX, the European Apparel and Textile Confederation.

D)

La rete innovativa unisce aziende di settori molto diversi tra loro e con caratteristiche diverse. La maggior parte delle aziende ha un modello di business B2B e pertanto non si rivolge direttamente al consumatore.

Sono poi presenti anche alcune aziende che producono con proprio marchio.

Il target di riferimento di queste aziende è in genere la fascia medio alta e lusso dei diversi settori rappresentati.

Le esportazioni rappresentano una quota estremamente elevata del fatturato delle aziende, attestandosi su quote di oltre il 50% medio, con picchi che arrivano al 90% nel caso delle calzature.

I Paesi di riferimento per le esportazioni sono principalmente i Paesi UE (Francia, Germania, Inghilterra) ma sono elevate anche le quote di export in Paesi avanzati quali gli Stati Uniti E il Giappone) Le fiere a cui fanno principalmente riferimento le aziende del settore sono PITTI

MICAM

MIDO

LINEAPELLE

BANCA PROGETTI CANTIERABILI PER L'ATTUAZIONE DEI PROGRAMMI

Inserimento di un Temporary Cluster Manager

Per supportare le attività di promozione, animazione e sviluppo della rete FACE DESIGN, nel corso del 2020 è stata inserita una figura di Temporary Cluster Manager. Il costo del manager è a carico del Progetto Cluster Network gestito da Confindustria Veneto SIAV e finanziato da 4.Manager, l'Associazione creata da Confindustria e Federmanager per sostenere le politiche attive a favore dei manager.

Le attività di supporto svolte nel 2020 si sono orientate alla

- Promozione della rete e delle progettualità nei confronti delle aziende
- Supporto nella redazione dei progetti presentati alla Regione Veneto
- Revisione del sito web della rete
- Analisi delle aziende aderenti alla rete e individuazione di un percorso volto a definirne i fabbisogni in ambito R&I

Nell'ultimo trimestre dell'anno verrà effettuata quest'ultima attività presso tutte le aziende aderenti alle RIR, d'intesa con i partner scientifici della rete.

- Segmentazione Aziende Aderenti Face Design

Individuazione delle aziende che effettivamente operano nei mercati del fashion e del design rispetto a quelle che si sono iscritte in quanto offrono servizi alle prime (consulenza, ICT, ecc.): si tratta complessivamente di 12 aziende, mediamente di piccola dimensione, tra le quali però spicca una realtà del gruppo Dedagroup, gruppo ICT italiano.

Effettuata una clusterizzazione ulteriore delle aziende (es. realtà appartenenti allo stesso gruppo), restano circa 54 aziende nei seguenti settori della RIR: 26 abbigliamento moda, 9 occhialeria, 7 calzatura, 5 design, ecc.

La segmentazione in base alla dimensione non è così verticalizzata sulle micro-piccole aziende: ci sono almeno oltre una decina di realtà che sono grandi aziende o appartengono a grandi gruppi, oltre a qualche media azienda interessante.

In sintesi possiamo affermare di avere tra gli aderenti almeno una ventina di aziende leader nel proprio settore, tutte potenzialmente da coinvolgere in progetti innovativi, oltre ad un cluster di una trentina di PMI nei settori tessile/calzatura che operano prevalentemente in modalità B2B e che quindi a loro volta possono essere considerate un soggetto cui proporre una innovazione con una aggregazione più spinta.

Attività ultimo trimestre 2020

Verranno organizzati incontri one to one con i membri del Comitato Scientifico, per sottoporre quest'analisi e richiedere :

- completare un'analisi di dettaglio sulle realtà aziendali dal loro punto di vista più interessanti (singole aziende leader o cluster PMI b2b);
- predisporre e poi sottoporre alla RIR dei temi progettuali concreti calabili specificamente su queste realtà;
- indicare ulteriori nominativi di aziende cui intendono proporre progetti;
- indicare eventuali altri dipartimenti accademici cui questi progetti potrebbero appoggiarsi per tematiche più tecniche o specialistiche;
- indicare (per ogni realtà accademica) il nominativo di un docente "operativo" e con il necessario tempo a disposizione per i successivi contatti con le aziende.

Una volta avuto i feed-back verrà elaborato documento progettuale, che coniughi la valenza accademica dell'innovazione con le concrete esigenze del mondo industriale che indicherà le direttrici progettuali prioritarie su cui concentrarsi nel prossimo biennio.

Linee progettuali della rete

La rete accanto al progetto in fase di realizzazione

“TRACCIABILITÀ, CERTIFICAZIONE ED ANTICONTRAFFAZIONE DEI PRODOTTI MODA MADE IN ITALY”, che ha l’obiettivo di promuovere lo sviluppo delle Aziende Venete dei settori Abbigliamento, Calzatura ed Occhialeria che operano sui mercati internazionali con il marchio proprio attraverso le seguenti azioni: Valorizzare i prodotti moda del territorio dotandoli di dispositivi tecnologici atti a certificarne il luogo di origine ed idonei a trasmettere le componenti immateriali del prodotto; Comunicare al consumatore finale le caratteristiche di Unicità e Qualità che contraddistinguono i prodotti “Made in Italy”; Innovare i processi di comunicazione delle Aziende sfruttando i nuovi canali web e social

ha presentato, nell’ambito del Bando Regionale DGR 822 del 23 giugno 2020 (POR FESR 2014-2020) due nuove iniziative progettuali:

1. Il progetto **“SAFE: Smart creActivity for saFety and rEstart”** realizzato in partnership con il Distretto dello Sportsystem di Asolo e Montebelluna e con la Rete Innovativa Regionale della Sicurezza e Protezione nel Lavoro e nello Sport
2. Il progetto **“RESILIENT LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN DESIGN (RELOAD): PROGETTAZIONE DI UNA SUPPLY CHAIN E DI UNA LOGISTICA RESILIENTE”** partecipando al partenariato costituito dalla Rete innovativa Regionale **RIVELLO** a cui partecipa anche **IMPRUVENET**

Il progetto **“SAFE: Smart creActivity for saFety and rEstart”** è stato elaborato nel pieno della pandemia da COVID-19 che si è abbattuta con violenza sui mercati globali, accentuando ulteriormente il cambiamento dei modelli di consumo verso la sicurezza e la sostenibilità, già in corso a causa di altri fattori di trasformazione precedentemente in essere, come la trasformazione digitale ed il climate change ed ha l’obiettivo di innovare i modelli di business delle aziende per intercettare i nuovi bisogni di consumo, producendo nuovi beni e servizi che sappiano esprimere una proposta di valore coerente con i nuovi scenari, oltre che garantire ai propri dipendenti e fornitori di operare nella condizione di massima sicurezza possibile. La capacità del sistema industriale di generare una nuova domanda coerente con il cambiamento è dunque la chiave di volta non solo per avere aziende sane e profittevoli, ma per contrastare – a livello macro-economico – la crisi di sistema, facendo ripartire i consumi e innescando così un circolo virtuoso. Le attività di ricerca previste hanno i seguenti obiettivi: sviluppare tecnologie indossabili e sistemi IoT capaci di operare un monitoraggio attivo ed interattivo del soggetto, ai fini della sicurezza e della performance; ideare strumenti, metodi e protocolli computazionali necessari ai fini del trasferimento in ambito virtuale delle fasi di ideazione/visualizzazione/progettazione di prodotto e processo produttivo; definire una nuova generazione di tecnologie e materiali per la manifattura additiva di componenti in materiale plastico effettivamente mimetici le prestazioni di manufatti realizzati attraverso tecnologie tradizionali; definire, progettare ed introdurre innovativi prodotti chimici e processi di lavorazione conciaria, dalla fase di riconcia, ingrasso e rifinitura, al fine di introdurre nel mercato nuovi prodotti in pelle ecosostenibili, finalizzati al miglioramento delle produzioni creative della calzatura.

Il progetto **RELOAD** promuove azioni innovative volte alla digitalizzazione dell’intera supply chain al fine di garantirne una maggiore flessibilità, visibilità e trasparenza end to end e una maggiore efficienza che può essere coerente con obiettivi di sostenibilità ambientale, sociale ed economica. Tale percorso può garantire l’accesso ad una grande mole di dati, generati dai processi di digitalizzazione, ciò può portare ad alimentare investimenti innovativi in intelligenza artificiale, in robotica e automazione dei processi. Senza tralasciare l’enorme aiuto che deriverà dalla possibilità di accelerare gli adattamenti della catena logistica rispetto ad eventi avversi e, di conseguenza, gestire al meglio la volatilità della domanda e gli shortage di fornitura, così da mantenere un servizio resiliente a costi sostenibili. La capacità di estrarre delle informazioni accurate, precise, veloci e di valore dai volumi imponenti di dati disponibili (cosiddetti big data) garantirà un supporto per determinare decisioni strategiche e operative per le supply chain. La proposta progettuale include diverse attività in grado di perseguire una necessaria capacità di diversificare il rischio fornitori, di creare dei network produttivi e distributivi regionali, di gestire i livelli e la movimentazione delle scorte di magazzino sulla base del principio

“just in case” che permette di superare eventi avversi nel rispetto della continuità logistica. L’approccio scientifico e analitico considererà il network delle supply chain come un tutt’uno con l’obiettivo di costruire un framework di riferimento collegamento ad una dashboard di indicatori di performance per le imprese affinché possano monitorare la loro capacità di adattarsi e diventare resilienti. Si svilupperanno indicatori che supporteranno le scelte logistiche e i cambiamenti strutturali come gli investimenti in sistemi di sicurezza. Si analizzeranno la dispersione e la compattezza della rete logistica ed elaboreranno nuovi KPI utili alle aziende coinvolte nella rete al fine di comprendere i benefici ottenibili dalle loro iniziative e misurare la loro capacità strutturale futura di far fronte a nuove disruption del tipo COVID-19 e mitigarne gli effetti negativi.

Per quanto riguarda la nuova programmazione, sulla base delle analisi effettuate in collaborazione con le aziende appartenenti alla rete sono in fase di programmazione i seguenti temi progettuali:

PRODOTTI E PROCESSI SOSTENIBILI

TASK 1 STATO DELL'ARTE

Sviluppo di ricerche preliminari sui potenziali utenti/clienti dei prodotti e dei servizi potenziati, attività di *benchmarking* e analisi dei mercati di riferimento.

TASK 2 SOSTENIBILITÀ PRODOTTO E PROCESSO

Definizione e assunzione di standard tecnico-scientifici per la sostenibilità, la *smartness*, l'usabilità, l'accessibilità, la fruibilità.

- 2.1 Studio impronta ambientale

In quest’ambito ci si pone l’obiettivo di effettuare inizialmente azioni di sensibilizzazione/informazione delle aziende sul tema, per poi effettuare alcune analisi e valutazioni aziendali dell’impronta ambientale. L’obiettivo finale è impostare un percorso di studio per la valutazione dell’impronta ambientale dei prodotti che consenta di disporre di un modello da trasferire alle aziende dei settori interessati.

- 2.2 Studio per eliminare i composti pericolosi dalla catena di produzione e dai prodotti in commercio.

L’attenzione alla ecologia sta divenendo una richiesta dei consumatori del fashion. Da qui la necessità per chi produce di avere delle alternative valide che permettano impatti sempre più contenuti e per chi compera il diritto di avere delle etichette chiare sotto questo aspetto. Sono interessate sia le aziende che, in mancanza di una certificazione, impongono i propri capitolati che le aziende che producono con il proprio marchio che devono garantire alle catene commerciali ed ai consumatori il rispetto delle norme che differiscono nei diversi paesi.

Output intervento:

- lo studio delle normative che spesso richiede comunque azioni di ricerca per definire le procedure più adeguate ad ottenere la conformità;
- l’elaborazione di uno schema di certificazione;
- la predisposizione di strumenti per l’implementazione dei modelli (Enti di controllo, laboratorio prove, ecc.);
- valorizzazione delle strategie di sostenibilità ambientale promosse dalle imprese e integrazione dei risultati ambientali entro le strategie commerciali delle imprese;
- Ricostruzione di casi di studio di imprese “virtuose” sul fronte della sostenibilità ambientale nelle diverse specializzazioni;
- Identificazione di una mappa delle imprese green in Veneto (visibilità aziendale, istituzionale, territoriale);
- Definizione di un piano di comunicazione (target, strumenti);
- Definizione di un progetto per l’integrazione delle informazioni ambientali d’impresa / filiera entro l’etichetta parlante.

RICERCA, TRASFERIMENTO TECNOLOGICO, DESIGN DRIVEN INNOVATION

TASK 1 STATO DELL'ARTE

Sviluppo di ricerche preliminari sullo stato dei processi produttivi / gestionali dei settori della moda ed individuazione delle criticità.

TASK 2 NUOVE TECNOLOGIE

Analisi di mercato ed individuazione delle nuove tecnologie di possibile interesse.

TASK 3 PERSONALIZZAZIONE

Analisi delle nuove tecnologie individuate e personalizzazione delle stesse ai fabbisogni espressi dalle Aziende

TASK 4 RIORGANIZZAZIONE DEI PROCESSI

Analisi di come le nuove tecnologie impattano sui processi già esistenti e riorganizzazione di questi per adattarsi alle innovazioni introdotte.

TASK 5 TRASFERIMENTO TECNOLOGICO

Definizione di standard per lo sviluppo tecnologico e l'innovazione in azienda. Azioni volte a identificare, classificare, testare e pianificare uso trasversale delle tecnologie produttive e ICT utili allo sviluppo delle aziende.

TASK 6 PROCEDURE

Produzione di procedure di buone prassi da condividere con l'intera Rete riguardo l'individuazione di nuove tecnologie, personalizzazione ed introduzione di queste nell'azienda e riorganizzazione dei processi.

CAPITALE UMANO E FORMAZIONE

TASK 1 STATO DELL'ARTE

Sviluppo di ricerche preliminari sulla situazione complessiva di riferimento.

TASK 2 Nuova Imprenditorialità: Incubatore di impresa (re start up)

Favorire il consolidamento o la nascita di nuove imprese di mercato, attraverso la ibridazione di saperi tecnici e altre conoscenze (design, ICT ecc.).

Le tecnologie produttive sono cambiate solo in parte quindi alcune strutture produttive possono essere recuperate con una operazione di refurbishing mentre altre tecnologie sono state superate e richiedono investimenti di macchinari nuovi. La struttura finanziaria del territorio è fortemente deteriorata rispetto a pochi anni fa e l'accesso al credito è più difficile. Ne consegue che chi volesse fare impresa si troverebbe in una situazione molto difficile: un'azione del pubblico che potrebbe quindi giocare un effetto di leva è l'agevolazione della rimessa a nuovo di macchinari.

Il progetto mira a creare una rete di soggetti in grado di provvedere alla rimessa a nuovo di macchinari e/o processi che non hanno ancora esaurito il proprio ciclo tecnico. In questo modo, si potrà riutilizzare un enorme patrimonio di impianti rispolverando importanti conoscenze con la finalità di rendere più facile l'accesso ai giovani.

TASK 3 Studio trend e modelli di business

Individuazione dei trend emergenti e delle imprese performanti, con particolare attenzione alla evoluzione future del retail e alle nuove modalità di vendita dei prodotti di qualità. (ECommerce- Negozi a Km 0 -produzioni personalizzate ecc.). Attualizzazione con i nuovi trend in atto, quali: Digital export in crescita anche verso paesi "emergenti"; Nuovi modelli di consumo; Nuovi modelli di business per le Filiere; Regionalizzazione delle aziende;

Guerra per i Talenti; Innovazione spinta nella distribuzione, logistica, hub di quartiere (negozi hub); Academy di filiera.

Percorso rivolto a imprenditori e manager al fine di far conoscere le nuove tendenze o imprese e di verificarne la percorribilità\applicabilità nel contesto aziendale.

Tema di ricerca:

- Innovare il prodotto
- Innovare i modelli di comunicazione e marketing
- Innovare i processi di progettazione e produzione
- Innovare i modelli commerciali
- Sviluppare una dimensione compiuta relativa al ruolo del progetto dentro le imprese design driven innovation.

TASK 4 Competenze Formalizzazione e Capitalizzazione competenze manifatturiere

Nonostante la crisi e il fenomeno della localizzazione, il comparto del Made in Italy continua a vantare una elevata specializzazione produttiva che rappresenta quindi un patrimonio oltre che un driver fondamentale per attrarre la Grande Committenza.

Uno dei principali fattori di successo e sopravvivenza delle imprese è stata e sarà sempre di più in futuro la qualità del prodotto e la diffusione di competenze specifiche e di capacità di lavorazione, fondamentali per il posizionamento nell'alto di gamma.

Nelle diverse tipologie aziendali questo si declina in diverse figure professionali chiave che affondano le loro radici spesso in lavorazioni manuali di alta qualità e per le quali è difficile trovare profili adeguati sul mercato. Sono competenze chiave che permettono la traduzione di modelli in prodotti e le lavorazioni manuali conseguenti.

Serve una loro individuazione precisa (formalizzazione) e la costruzione di archetipi di ruoli chiave e definizione di percorsi formativi, rendendo al tempo stesso appetibile il lavoro ai giovani a partire dalla scuola.

Per realizzare questo processo è necessario:

- creazione osservatorio professioni settore (professioni tradizionali e nuove);
- mappatura dei processi, formalizzazione e codifica del Know how tacito e esplicito; - sviluppo di modelli e strumenti per la gestione ed il trasferimento del know how.

TASK 5 Nuovi modelli di capitalizzazione e trasferimento competenze

Una volta definiti i nuovi modelli di capitalizzazione, i contenuti dei percorsi formativi ed individuato il corpo docente all'altezza (professionisti attivi nel settore) è possibile preparare un numero di persone sufficienti (capitalizzazione) alle richieste.

La copertura di questi ruoli esalta inoltre altre caratteristiche, molto ricercate, che valorizzano la presenza di una rete diffusa di piccole imprese:

- La prossimità, come risposta ad una precisa scelta strategica (non solo per l'attribuzione del "Made in", ma anche per la vicinanza delle risorse produttive agli stabilimenti del committente, con opportunità in termini di riduzione del lead time);
- La velocità di reazione e il rispetto dei tempi di consegna;
- Il rispetto delle maestranze e altri aspetti "sociali" nei processi produttivi

TASK 6 Integrazione percorsi Istruzione, Formazione e Lavoro

In un progetto che intende rivitalizzare competenze manuali da integrare però in processi produttivi moderni e sempre più coadiuvati dalla robotizzazione e dalle macchine è particolarmente importante integrare le conoscenze con le competenze sul campo.

La delicatezza dei ruoli, l'importanza che rivestono nelle performances aziendali e la preziosità delle materie prima e dei semilavorati che vengono utilizzati rendono però la formazione in azienda delicata e costosa. Vanno studiati e proposti percorsi formativi ed esperienze lavorative che impattino il meno possibile sulle

aziende già alle prese con una remunerazione oraria da parte della committenza che non ammette errori ed incertezze. Tema di ricerca:

- Creazione osservatorio professioni del settore (Istruzione, Formazione e Lavoro)
- Studio dei percorsi formativi e definizione di un modello integrato per la formazione dei profili professionali del settore
- Miglioramento dei percorsi di istruzione tecnica esistenti per il settore
- Sviluppo di modelli di transizione per i lavoratori del settore interni alle imprese e per la ricollocazione

TASK 7

Nuove competenze manageriali per il settore Made in Italy

Analisi dei processi di managerializzazione. Per consentire il cambiamento, sarà necessario ricorrere a nuove competenze manageriali, in particolare in quegli ambiti in cui sono ancora carenti: people management, la relazione con i mercati (marketing, comunicazione, vendite, esportazione, ...), la gestione delle innovazioni in campo tecnologico, della sostenibilità aziendale, della trasformazione energetica e dei nuovi modelli di business.

Definizione dei nuovi profili manageriali e dei processi ed attività presidiate in azienda. Analisi nel dettaglio le nuove competenze richieste ai manager.

TASK 8 Costruzione modello di Validazione delle competenze

- Sviluppo di modelli e strumenti per la validazione e certificazione delle competenze nei diversi ambiti formativi
- Condivisione delle prassi di validazione delle competenze tra ambiente formativo ed azienda

INTERNAZIONALIZZAZIONE

TASK 1 Ricerche ed analisi mercati, consumatori e tendenze moda Tema di ricerca:

- Costruzione di piattaforme per il monitoraggio dei principali mercati internazionali (anche multi prodotto) - Analisi nuove opportunità di mercato, studio delle tendenze degli ambiti creativi e dei consumatori

TASK 2 Studio di Normative Commerciali e Tecniche: Compliance database (Reach, Proposition 65, ecc):

Database per la conformità dei prodotti alle regolamentazioni europee ed internazionali – strumento di supporto anti-burocrazia per le imprese.

- Studio ed analisi delle normative commerciali e tecniche presenti nei principali mercati del settore
- Predisposizione di strumenti per supportare le aziende nella produzione delle certificazioni necessarie (test di laboratorio, data base, etc.)

TASK 3 Attività di promozione all'estero e di in-coming

Euro, globalizzazione, Internet stanno modificando le basi stesse dell'economia. Le sfide per gli operatori economici sono sempre più la capacità di distinguersi dalla concorrenza, di produrre con efficienza, di inserirsi nelle reti di relazioni commerciali e vendere all'estero prodotti certificati e di qualità.

La modalità della partecipazione organizzata a fiere all'estero è ovviamente da proseguire ma sembrano avere maggiore successo (e minori costi) le missioni incoming di delegazioni estere organizzate.

È chiaro che bisogna trovare dei fattori di coesione ed attrazione come la certificazione, la tracciabilità, il 100% Made in Italy, la personalizzazione, le certificazioni ambientali ecc. Creazione di una "rete fiduciaria" di esperti per Area/Paese.

Tema di ricerca:

- Iniziative di promozione all'estero (fiere, incontri, etc.)
- Piattaforme di supporto nei principali paesi per l'approccio al mercato (contatti con buyer, catene di vendita, organizzazioni di punti vendita, etc.)

- Organizzazione di visite di nel distretto di buyer, catene di vendita, organizzazioni di punti vendita
- Predisposizione di percorsi turistici integrati nel veneto con la possibilità di visitare musei della moda, aziende, centri di interesse, punti vendita di prodotti
- Creazione di musei integrati con uno spazio di vendita da inserire nei percorsi turistici

TASK 4 Creazione di una "rete fiduciaria" di esperti per Area/Paese

Creare una rete fiduciaria di esperti territoriali da costruire nell'ambito delle associazioni di categoria.

In quest'ambito, può essere interessante creare una rete fiduciaria di TEM, Temporary Export Manager, cioè consulenti per lo sviluppo commerciale, al fine di individuare sui mercati target i clienti potenziali dell'impresa e successivamente agire da ufficio commerciale dell'impresa nell'acquisizione e gestione dei nuovi clienti.

Documento aggiornato a ottobre 2020

Contatti



+39 041/2517511



+39 041/2517571



info@face-design.it



Via Torino 151c Mestre (VE)