

## **CONFINDUSTRIA MODA INCONTRA IL MINISTERO DEGLI AFFARI ESTERI PER LA TUTELA E LA VALORIZZAZIONE DEL MADE IN ITALY NEL MONDO**

*Il Vice Presidente di Confindustria Moda Ercole Botto Poala ha presentato oggi al MAECI le proposte del Tessile, Moda e Accessorio per il “Patto per l’Export”*

Milano, 3 dicembre 2021 – **Confindustria Moda**, la Federazione Italiana che riunisce le associazioni dei settori Tessile, Moda e Accessorio, **ha presentato oggi al Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale le proposte del settore TMA per il “Patto dell’Export”**, nella sua componente del “Piano straordinario per il Made in Italy”.

Le proposte avanzate da Confindustria Moda mirano a supportare l’export italiano in una fase chiave per la ripartenza, che, per quanto avviata, non permette ancora di raggiungere i livelli pre-pandemici. Il recupero medio annuo per il TMA nel 2021 è infatti previsto nell’ordine del +20,6%, vedendo il fatturato complessivo riportarsi a 90,4 miliardi di euro: un gap con i livelli del 2019 del -8%. I punti sottoposti al Ministero danno assoluta priorità agli aspetti commerciali e sono così articolati:

- **Identificazione dei mercati strategici:**

Delimitare il campo di azione, individuando mercati strategici per i diversi stadi di maturità che li caratterizzano. In primo luogo i mercati più consolidati dove è fondamentale mantenere un presidio, ovvero USA, Giappone, Russia, Corea e Cina; poi quelli emergenti in cui bisogna rilanciare il Made in Italy, quali Asia Centrale e Sud Est Asiatico; e infine quelli emergenti in prospettiva, quali il Continente Africano, a partire dalla Nigeria.

- **Tipologia delle azioni promozionali nell’ambito della promozione integrata:**

Potenziare i network commerciali attraverso mappature periodiche degli operatori stranieri qualificati (distributori, importatori, agenti, buyer) e iniziative di B2B, e svolgere attività di formazione propedeutiche all’ingresso in nuovi mercati.

Negli Stati Uniti e in Cina, varare progetti dedicati di carattere triennale, con il coinvolgimento delle sedi diplomatiche italiane, volti a creare le condizioni per l’avvio di nuove relazioni commerciali con partner della distribuzione, tradizionale e digitale. Integrare ciascun progetto con uno studio approfondito del mercato, che contenga sia focus su driver d’acquisto e canali distributivi, che una proposta di eventi b2b anche in aree in cui il prodotto italiano è meno conosciuto, per supportare le

Per maggiori informazioni

Community Group  
Pasquo Cicchini - pasquo.cicchini@community.it - mob. +39 3451462429  
Edoardo Pastorino - edoardo.pastorino@community.it - mob. +39 3371248485  
Valeria Longo - valeria.longo@community.it - mob. +39 351141067



# CONFINDUSTRIA MODA

aziende nel captare e interpretare i macro trend e orientare i buyer per acquisti in linea con le richieste del mercato.

- **Azione diplomatica a supporto della promozione (corridoi commerciali):**

Evitare nuovi blocchi agli spostamenti fra Paese a causa della recrudescenza del virus, attraverso accordi bilaterali per il mantenimento e la creazione di corridoi commerciali che permettano alle aziende, anche in forma aggregata, di raggiungere in modalità sicura e veloce i propri clienti e, viceversa, ai buyer internazionali di arrivare alle fiere in Italia. Questo è un prerequisito senza il quale la maggioranza delle iniziative 2022 rischiano di essere compromesse o depotenziate, ed è fondamentale per la ripartenza dell'Export.

- **Sostegno alla digitalizzazione del sistema delle imprese:**

Potenziare il sostegno economico rivolto agli organizzatori fieristici, aziende duramente provate dalla pandemia, privilegiando le manifestazioni fieristiche di respiro internazionale presenti sul nostro territorio, perché capaci di essere strumento di internazionalizzazione per le aziende e volano per l'economia del territorio. Per quanto la digitalizzazione del sistema fieristico e delle imprese sia imprescindibile, Confindustria Moda suggerisce di implementare un sistema fieristico ibrido, fisico-virtuale, dove alle ancora rilevanti esigenze e necessità del "touch and feel" si affianchi la modalità di matching virtuale, in un nuovo e originale modello di promozione del bello e ben fatto italiano.

Sul fronte degli accordi con i principali marketplace internazionali che vanno nella direzione di spingere le imprese ad approcciare formula dell'e-commerce, focalizzare le risorse su un numero minore di Paesi/piattaforme, per garantire la possibilità di una gestione più puntuale della singola iniziativa. I primi risultati in termini di adesioni a queste iniziative, infatti, non sono stati in linea con le attese perché il nostro tessuto è composto prevalentemente da Piccole e Medie Imprese che sono ancora poco propense ad investire sull'e-commerce e non sono ancora preparate a gestirlo con risorse e personale dedicato. Per questo motivo sforzo economico, informativo e formativo attivato dalle istituzioni e dalle associazioni non ha ancora prodotto i risultati auspicati.

- **Finanza agevolata all'export:**

Rendere strutturali e potenziare i finanziamenti agevolati per le aziende per permettergli di avere certezza delle risorse e programmare al meglio gli interventi per la partecipazione a fiere, e-

Per maggiori informazioni

Community Group

Pasquo Cicchini - pasquo.cicchini@community.it - mob. +39 3451462429

Edoardo Pastorino - edoardo.pastorino@community.it - mob. +39 3371248485

Valeria Longo - valeria.longo@community.it - mob. +39 351141067



# C O N F I N D U S T R I A M O D A

commerce, patrimonializzazione. Ampliare lo strumento già messo a disposizione dalle Istituzioni, attraverso SIMEST-SACE, perché copra le iniziative sul mercato UE e i contributi a fondo perduto.

Sospendere la condizionalità attuale, che impone che il 30% del finanziamento sia investito in un progetto di digitalizzazione direttamente collegato all'operazione finanziata, valutando il grado di digitalizzazione dell'impresa richiedente sulla base delle spese annue o di altri parametri più generali.

- **Tutela del made in Italy nel mondo:**

Rifinanziare e potenziare degli help desk anticontraffazione (Istanbul, Mosca, New York e Pechino) e attivare, su alcuni mercati strategici, un servizio di prima assistenza legale per le imprese italiane, che sempre più spesso sono costrette a fronteggiare contenziosi legali per il giusto riconoscimento dei loro diritti, quali mancati pagamenti per prodotti venduti, mancata restituzione di merce in conto vendita a causa di comportamenti scorretti della controparte commerciale o per il fallimento della stessa.

**Ercole Botto Poala, Vice-Presidente di Confindustria Moda**, commenta: *“Il settore del Tessile, Moda e Accessorio si trova ancora in una fase difficile e anche per l'export occorrono piani straordinari. Siamo soddisfatti degli sforzi che il Governo sta mettendo in campo per supportare le aziende e per l'attenzione verso le richieste del mondo dell'Industria. Proprio per questo le proposte che oggi presentiamo si traducono in progetti concreti che nascono da esigenze vere e molto sentite dalle oltre 60 mila imprese associate di cui Confindustria Moda si fa interprete”.*

Per maggiori informazioni

Community Group  
Pasquo Cicchini - pasquo.cicchini@community.it - mob. +39 3451462429  
Edoardo Pastorino - edoardo.pastorino@community.it - mob. +39 3371248485  
Valeria Longo - valeria.longo@community.it - mob. +39 351141067

