

LA FILIERA DELL'ACCESSORIO METALLICO DI LUSO RIUNITA A FIRENZE PER AFFRONTARE LE NUOVE SFIDE

Stamani il *Physis Annual Summit* al Palazzo degli Affari

Dalla pressione normativa alle aspettative crescenti di trasparenza, sostenibilità e innovazione, dall'aumento dei costi alla necessità di continuare a generare valore in un momento storico non semplice: la **filiera produttiva degli accessori metallici per la moda e il lusso** si è confrontata questa mattina a Firenze nel "**Physis Annual Summit**". Al Palazzo degli Affari di Firenze, sotto l'egida del **Consorzio Physis che guida la transizione del settore verso un futuro sostenibile**, gli attori e stakeholders si sono interrogati sulle sfide sempre più complesse del mercato e nel periodo storico.

È stata l'occasione per esplorare le best practice e le soluzioni tecnologiche che stanno ridefinendo i processi produttivi, con l'obiettivo di dare forma a una filiera sempre più sostenibile, resiliente e orientata alla qualità promuovendo materiali innovativi, tecnologie per il trattamento delle acque, riduzione dei consumi e dell'impatto ambientale e recupero dei metalli. In un mercato attento alle tematiche ESG, soddisfare la richiesta di sostenibilità ambientale, sociale e di governance, significa diventare attori del cambiamento positivo.

"L'incontro di oggi, così partecipato e proattivo, conferma la voglia, ma anche la necessità, di un'unità e responsabilità di tutti gli attori del sistema – ha detto il **presidente del Consorzio Physis Alessandro Pacenti** -. Un bisogno che si traduce in tracciabilità, in sostenibilità, in fare rete e seguire tutta la filiera dell'accessorio metallico per la moda, dai produttori ai fornitori. Per vincere la sfida in questo momento particolarmente complesso, bisogna rafforzare il dialogo e puntare alla crescita collettiva".

"Il Consorzio Physis – sottolinea la **direttrice tecnica di Physis Ester Falletta** - si conferma uno spazio di confronto tecnico e operativo, capace di trasformare le sfide in opportunità di crescita collettiva. Il nostro impegno si esprime anche attraverso la partecipazione attiva ai tavoli normativi internazionali, in particolare all'interno dei comitati tecnici ISO, dove contribuiamo alla definizione di standard per test di performance e sostenibilità dei materiali. Siamo inoltre coinvolti in importanti collaborazioni quali quella con ZDHC per la definizione di una MRSL dell'accessorio metallico relativo alla sicurezza dei processi produttivi. Parallelamente il lavoro svolto in ambito EFRAG per la costruzione dei nuovi standard europei di rendicontazione di sostenibilità (ESRS e VSME) rafforza il nostro ruolo nel guidare la filiera verso una maggiore responsabilità e trasparenza, in linea con le direttive europee e le attese del mercato globale".

*Tra ospiti e relatori, personalità e esperti si sono confrontati sui vari aspetti che interessano la filiera a partire dagli interventi di **Elisa Gavazza** (Quality Assurance Director di ZDHC), **Paolo Tempesti** (Direttore Tecnico Fondazione LEAF), **Francesca Rulli** (Co Founder di Ympact) e **Flavio Sciuccati** (Senior Partner & Direttore Global Fashion Unit di The European House-Ambrosetti).*

"Collaborazione, adesione e partecipazione della filiera a una tematica condivisa e identificativa, portano a un beneficio globale per tutti – ha sottolineato **Elisa Gavazza** (Quality Assurance Director di ZDHC) -. Lo dimostra quanto avvenuto col protocollo ZDHC: a partire da un bisogno, abbiamo elaborato un elemento molto riconoscibile come l'Mrsl (Manufacturing Restricted Substances List), ossia un elenco di sostanze chimiche il cui uso viene limitato e per lo più annullato in ogni passaggio, inclusa la produzione. Questo programma internazionale teso a orientare le catene del valore di tessile, abbigliamento e calzaturiero verso l'uso di una chimica più sicura, è stato abbracciato dai brand, dalla manifattura e dalle aziende chimiche, facendolo diventare l'elemento distintivo del programma Roadmap to zero. In questo modo è diventato un riconoscimento nazionale e anche globale".

"Nella filiera produttiva della moda, in particolare nel segmento del lusso, la raccolta e la qualità dei dati ambientali rappresentano una leva strategica – ha detto **Paolo Tempesti**, Direttore Tecnico Fondazione LEAF -. Dati accurati, verificabili e coerenti sono essenziali per analizzare le performance reali e guidare l'innovazione verso modelli più sostenibili. Tuttavia non è sufficiente raccogliere informazioni: è necessario adottare metriche fondate sulla scienza, standard science-based che permettano confronti oggettivi e trasparenti. Questi strumenti non solo migliorano la comunicazione lungo la catena del valore, ma sono fondamentali per rafforzare la fiducia del consumatore. In un

contesto in cui il greenwashing è sempre più diffuso, offrire informazioni comprensibili, comparabili e basate su dati solidi è l'unico modo per garantire credibilità e coerenza”.

Per **Francesca Rulli**, co-Founder Ympact, “una delle sfide cruciali per l'industria della moda è disporre di un sistema unico e interconnesso per la raccolta dei dati ambientali e sociali lungo la filiera, in linea con le normative europee di Due Diligence, le iniziative italiane di monitoraggio e le strategie dei brand. Con Ympact abbiamo strutturato una soluzione che integra metodo, tecnologia e competenze specialistiche, lavorando per estendere questo approccio a una platea sempre più ampia di attori della filiera, anche in ottica di Digital Product Passport”.

“Il sistema moda è chiamato a ridefinirsi in un contesto segnato da rallentamento economico, pressione sui margini e profondi cambiamenti nei comportamenti del consumatore del lusso – suggerisce **Flavio Sciuccati**, Senior Partner & Direttore Global Fashion Unit di The European House-Ambrosetti -. A questi si aggiungono le sfide della transizione sostenibile e di filiera. Per restare competitiva, l'industria manifatturiera italiana dovrà ripensare i propri modelli produttivi e rafforzare le sinergie lungo la catena del valore”.

*Interessante anche il confronto nato dal tavolo dei giornalisti esperti del settore: **Matteo Minà** (giornalista e docente moda), **Giovanni Micera** (Direttore responsabile di Preziosa Magazine), **Roberto Procaccini** (caporedattore de La Conceria), con la moderazione affidata a **Elena Antiga** (Principal expert del The European House-Ambrosetti).*

Tre le parole chiave secondo **Matteo Minà** per affrontare le sfide a livello internazionale: innovazione, aggregazione, formazione. “Gli hub della ricerca, supportati e guidati dalle università e dai centri di formazione, devono tornare al centro dei distretti produttivi per alimentarli, perché l'Italia del manifatturiero non è un paese low cost. È fondamentale presidiare il processo di R&S e allo stesso tempo è strategica l'ideazione di nuovi materiali e prodotti. Il Made in Italy, insomma, non può permettersi di svolgere il ruolo di mera manifattura conto terzi”. Le aggregazioni, ha continuato Minà, sono sempre più strategiche per ridurre la vulnerabilità e aumentare la competitività: “Anche in distretti primari come il tessile di Prato, le aziende locali, storicamente restie a questo tipo di operazioni, stanno iniziando a capire che le dimensioni delle imprese devono essere aumentate, anche con forme di aggregazione parziale”. Infine per Matteo Minà la formazione è sempre più centrale nel fashion. “Se in passato il sapere di settore nasceva dentro l'industria, oggi la ricerca deve entrare nella pancia delle scuole di moda. Le accademie del mondo AFAM hanno fatto senza dubbio alcuni passi avanti, per esempio con l'introduzione dei dottorati di ricerca o percorsi che includono lo studio della robotica e delle tecnologie intelligenti, ma serve una maggiore spinta anche comunicativa per migliorare la consapevolezza nei giovani”.

Il settore gioielleria è stata al centro dell'approfondimento di **Giovanni Micera**, Direttore responsabile di Preziosa Magazine: “Oggi vive un momento di profonda trasformazione: tra l'eredità di un saper fare artigianale che il mondo ci invidia e l'ingresso di tecnologie sempre più avanzate, il settore è alla ricerca di nuove figure professionali capaci di unire creatività, competenza tecnica e visione digitale. È qui che si gioca il futuro del Made in Italy. Saremo in grado di vincere la sfida? Certo che 11 mila punti vendita, un mercato interno che assorbe circa 5 miliardi di gioielli all'anno sono un punto di partenza da non sottovalutare”.

Anche il settore conciario, ha sottolineato **Roberto Procaccini**, caporedattore de “La Conceria”, “è in profonda trasformazione ma, d'altronde, è abituato al cambiamento. Anche tumultuoso. La pelle made in Italy vanta una posizione di leadership su scala globale: il valore della produzione delle 1.139 aziende italiane rappresenta una quota del 62% di quella europea e del 25% di quella mondiale. Il settore difende e coltiva tale leadership investendo nelle innovazioni di prodotto e di processo, nel segno dell'eccellenza e della sostenibilità. È la risposta alle istanze del mercato, che si è concentrato e ha alzato l'asticella della definizione di qualità, e alla domanda del pubblico.

Al termine dell'incontro, sono state **premiare con una targa le aziende consorziate**, segno di riconoscenza per aver creduto nel progetto e per aver lavorato, insieme al Consorzio Physis, per tutta la filiera, non solo per gli iscritti.