



2024

# RASSEGNA STAMPA

Future For Fashion 2024  
**L'anima** del consumatore

Palazzo Pitti 14 e 15 marzo 2024

**ORGANIZING SECRETARIAT  
ENIC MEETINGS & EVENTS  
PIAZZA ADUA 1/D – FIRENZE  
0039 055 2608941  
segreteria@futureforfashion.org**

XXXXXXXXXX  
XXXXXXXXXX  
XXXXXXXXXX  
XXXXX X  
XXXX XXXX  
XXX XXXX  
XX XXXXX  
X XXXX  
XXXXXXXXXX  
1954XXXXXXXX  
CENTRO  
DI  
FIRENZE  
PER LA  
MODA  
ITALIANA



**CONFINDUSTRIA  
TOSCANA CENTRO E COSTA  
Firenze Livorno Massa Carrara**

### Sommario Rassegna Stampa

Testata	Data	Titolo	Pag.
La Nazione - Cronaca di Firenze	28/02/2024	<i>I grandi esperti a "Future for Fashion"</i>	5
Lanazione.it	28/02/2024	<i>I grandi esperti a "Future for Fashion"</i>	6
Confindustriafirenze.it	04/03/2024	<i>Future For Fashion 2024, torna a Firenze l'appuntamento con i protagonisti della moda i prossimi 14 e 15 marzo</i>	7
Lanazione.it	04/03/2024	<i>Moda, evento Future for Fashion esplora l'anima del consumatore</i>	9
Radiowow.com	04/03/2024	<i>Future For Fashion 2024: «L'anima del consumatore»</i>	10
T24.ilsole24ore.com	04/03/2024	<i>La moda s'interroga sulle scelte del consumatore a Future for Fashion</i>	12
Vanityfair.it	04/03/2024	<i>Future For Fashion 2024: «L'anima del consumatore»</i>	14
Corriere Fiorentino (Corriere della Sera)	06/03/2024	<i>Due giorni sulla moda che verrà, torna "Future for fashion"</i>	15
La Nazione	06/03/2024	<i>Brevi - L'anima del consumatore e il mondo della moda</i>	16
Confindustriafirenze.it	12/03/2024	<i>Al via Giovedì a Firenze "Future For Fashion 2024"</i>	17
T24.ilsole24ore.com	12/03/2024	<i>Future For Fashion 2024 alla ricerca dell'anima del consumatore</i>	19
Intoscana.it	14/03/2024	<i>Future for Fashion, il rilancio del sistema moda riparte da Pitti</i>	22
La Nazione - Cronaca di Firenze	14/03/2024	<i>Oggi e domani Future For Fashion Le condizioni per determinare il successo o meno di un prodotto</i>	25
Lanazione.it	14/03/2024	<i>Oggi e domani Future For Fashion. Le condizioni per determinare il successo o meno di un prodotto</i>	26
Repubblica.it	14/03/2024	<i>Firenze, la Città metropolitana vuole comprare fondi sfitti in centro ma al bando anti-rendita</i>	27
T24.ilsole24ore.com	14/03/2024	<i>Future for Fashion, voglia di rilanciare il modello Firenze</i>	28
247.libero.it	15/03/2024	<i>Future For Fashion 2024: le foto dei protagonisti</i>	30
Controradio.it	15/03/2024	<i>Future for fashion 2024: l'anima del consumatore: due giornate dedicate al futuro del settore della moda</i>	31
Controradio.it	15/03/2024	<i>News line del 15 Marzo 2024 18:15</i>	34
Ilsole24ore.com	15/03/2024	<i>La moda chiede al governo più sostegno: «Serve una nuova politica industriale»</i>	50
La Nazione	15/03/2024	<i>La moda scommette sul domani. A Firenze torna 'Future for fashion'</i>	53
Laconceria.it	15/03/2024	<i>Kering: Il problema delle alternative alla pelle? Il poliuretano</i>	55

Laconceria.it	15/03/2024	<i>Servono politiche industriali e commerciali per parlare ai giovani</i>	57
MF Fashion (MF)	15/03/2024	<i>La filiera moda chiede una politica industriale</i>	58
Milanofinanza.it	15/03/2024	<i>La filiera moda chiede una politica industriale</i>	59
Radiowow.com	15/03/2024	<i>Future For Fashion 2024: le foto dei protagonisti</i>	61
RTV 38	15/03/2024	<i>Rimettere il consumatore al centro del settore moda</i>	62
T24.ilssole24ore.com	15/03/2024	<i>Future for Fashion 2024, un cantiere di futuro</i>	63
Vanityfair.it	15/03/2024	<i>Future For Fashion 2024: le foto dei protagonisti</i>	65
La Repubblica - Ed. Firenze	16/03/2024	<i>"Future for fashion" la moda ripensa se stessa (A.G.)</i>	88
La Repubblica - Ed. Milano	16/03/2024	<i>Int. a C.Capasa: "Un giorno in più farà bene alla moda e alla città"</i>	89
Lanazione.it	16/03/2024	<i>Moda, artigianalità e giovani: Future for Fashion' conquista Palazzo Pitti</i>	91
MF Fashion (MF)	16/03/2024	<i>A Future for fashion ospiti Dolce, Capasa e Tamborini</i>	92
Milano.repubblica.it	16/03/2024	<i>Carlo Capasa: "Il calendario della Fashion Week di Milano è troppo stretto, alla moda serve un giorno in più"</i>	93
Milanofinanza.it	16/03/2024	<i>A Future for fashion ospiti Alfonso Dolce, Carlo Capasa e Sergio Tamborini</i>	95
T24.ilssole24ore.com	18/03/2024	<i>Future for Fashion, il consumatore è uno nessuno nessuno e centomila</i>	98
Adcgroup.it	19/03/2024	<i>A Future for fashion 2024, la Ceo Benedetta Chiara Conticelli introduce Land of Fashion Villages</i>	99
Laconceria.it	19/03/2024	<i>La politica industriale dei poli salverà la filiera della moda</i>	100
Mediakey.tv	19/03/2024	<i>Il CEO Benedetta Chiara Conticelli introduce Land of Fashion Villages nell'esclusiva platea di Future For Fashion 2024</i>	101
Vanityfair.it	20/03/2024	<i>Watch Future For Fashion 2024 - Alfonso Dolce</i>	103
Vanityfair.it	20/03/2024	<i>Watch Future For Fashion 2024 - Antonella Mansi</i>	104
Vanityfair.it	20/03/2024	<i>Watch Future For Fashion 2024 - Antonio De Matteis</i>	105
Vanityfair.it	20/03/2024	<i>Watch Future For Fashion 2024 - Benedetta Conticelli</i>	106
Vanityfair.it	20/03/2024	<i>Watch Future For Fashion 2024 - Carlo Capasa</i>	107
Vanityfair.it	20/03/2024	<i>Watch Future For Fashion 2024 - Christian Tubito</i>	108

Vanityfair.it	20/03/2024	<i>Watch Future For Fashion 2024 - Dario Fabbri</i>	109
Vanityfair.it	20/03/2024	<i>Watch Future For Fashion 2024 - Ida Palombella</i>	110
Vanityfair.it	20/03/2024	<i>Watch Future For Fashion 2024 - Luisa Benigno, Luca Sburlati, Flavio Sciuccati</i>	111
Vanityfair.it	20/03/2024	<i>Watch Future For Fashion 2024 - Maria Giulia Governa</i>	112
Vanityfair.it	20/03/2024	<i>Watch Future For Fashion 2024 - Massimiliano Giornetti, Attila Kiss e Stefania Lazzaroni</i>	113
Vanityfair.it	20/03/2024	<i>Watch Future For Fashion 2024 - Matteo Mantellassi</i>	114
Vanityfair.it	20/03/2024	<i>Watch Future For Fashion 2024 - Maurizio Bigazzi, Dario Nardella e Simone Verde</i>	115
Vanityfair.it	20/03/2024	<i>Watch Future For Fashion 2024 - Micaela Le Divelec</i>	116
Vanityfair.it	20/03/2024	<i>Watch Future For Fashion 2024 - Niccolo' Moschini</i>	117
Vanityfair.it	20/03/2024	<i>Watch Future For Fashion 2024 - Sergio Tamborini</i>	118
Vanityfair.it	20/03/2024	<i>Watch Future For Fashion 2024 - Stefano Giacomelli e Chiara Corini</i>	119
Mark-up.it	21/03/2024	<i>Land of Fashion: gli Outlet come luoghi di acquisto cross-generation</i>	120
Mark-up.it	21/03/2024	<i>Land of Fashion: gli Outlet Village a Future for Fashion</i>	122
T24.ilssole24ore.com	21/03/2024	<i>FFF2024, i giovani non vogliono più lavorare con le mani</i>	124
Vanity Fair	03/04/2024	<i>La nuova scommessa</i>	125

Le eccellenze della moda

## I grandi esperti a «Future for Fashion»

**Eva Desiderio**



**L**a moda torna in Sala Bianca, e per la seconda volta dopo l'anno scorso, per la terza edizione di «Future for Fashion» l'appuntamento annuale coi protagonisti del lusso e della moda nato nel 2021 dall'impegno di Centro di Firenze per la Moda Italiana e di Confindustria Firenze, coi rispettivi presidenti Antonella Mansi e Maurizio Bigazzi. Non si tratta di una sfilata nel luogo dove è nata la moda italiana ma di una riflessione profonda sui cambiamenti e sulla filosofia della moda dagli ultimi anni ad oggi.

Le guerre, le crisi economiche, i cambiamenti sociali, la sostenibilità, la necessità di non sprecare più (anche in fatto di vestiti) come sembra piacere ai più giovani, sono le vere minacce a un comparto che per troppi anni ha solo scintillato. «L'anima del consumatore»: di questo si parlerà il 14 marzo (pomeriggio) e il 15 marzo (mattina) davanti ad un parterre di esperti, con una cena di gala a Villa Favard, splendida sede di Polimoda. Dopo i saluti di Antonella Mansi presidente di CFMI, del sindaco Dario Nardella e di Simone Verde, Direttore delle Gallerie degli Uffizi sotto la cui tutela è la Sala Bianca coi suoi 11 lampadari di Boemia e i suoi stucchi settecenteschi, ad aprire il dibattito sarà Antonio De Matteis, presidente di Pitti Immagine. Poi Attila Kiss, amministratore delegato del Gruppo Florence, Stefania Lazzaroni, direttrice generale di Altagamma, Massimiliano Giornetti, direttore di Polimoda, Luisa Benigno consigliere di CFMI. Sarà interessante Christian Tubito, direttore Material Innovation Lab di Kering, come Giovanna Paoloni nuova amministratrice delegata di Officina Profumo Farmaceutica di Santa Maria Novella.



162763

### I grandi esperti a "Future for Fashion"

La moda torna in Sala Bianca per "Future for Fashion", evento annuale di riflessione sul settore. Temi: sostenibilità e cambiamenti sociali. Eva Desiderio La moda torna in Sala Bianca, e per la seconda volta dopo l'anno scorso, per la terza edizione di "Future for Fashion" l'appuntamento annuale coi protagonisti del lusso e della moda nato nel 2021 dall'impegno di Centro di Firenze per la Moda Italiana e di Confindustria Firenze, coi rispettivi presidenti Antonella Mansi e Maurizio Bigazzi. Non si tratta di una sfilata nel luogo dove è nata la moda italiana ma di una riflessione profonda sui cambiamenti e sulla filosofia della moda dagli ultimi anni ad oggi. Le guerre, le crisi economiche, i cambiamenti sociali, la sostenibilità, la necessità di non sprecare più (anche in fatto di vestiti) come sembra piacere ai più giovani, sono le vere minacce a un comparto che per troppi anni ha solo scintillato. "L'anima del consumatore": di questo si parlerà il 14 marzo (pomeriggio) e il 15 marzo (mattina) davanti ad un parterre di esperti, con una cena di gala a Villa Favard, splendida sede di Polimoda. Dopo i saluti di Antonella Mansi presidente di CFMI, del sindaco Dario Nardella e di Simone Verde, Direttore delle Gallerie degli Uffizi sotto la cui tutela è la Sala Bianca coi suoi 11 lampadari di Boemia e i suoi stucchi settecenteschi, ad aprire il dibattito sarà Antonio De Matteis, presidente di Pitti Immagine. Poi Attila Kiss, amministratore delegato del Gruppo Florence, Stefania Lazzaroni, direttrice generale di Altagamma, Massimiliano Giornetti, direttore di Polimoda, Luisa Benigno consigliere di CFMI. Sarà interessante Christian Tubito, direttore Material Innovation Lab di Kering, come Giovanna Paoloni nuova amministratrice delegata di Officina Profumo Farmaceutica di Santa Maria Novella.

LA NAZIONE



Chi Siamo



## FUTURE FOR FASHION 2024, TORNA A FIRENZE L'APPUNTAMENTO CON I PROTAGONISTI DELLA MODA I PROSSIMI 14 E 15 MARZO

Governance ▾

Progetti ▾

News

Essere Socio

Contatti

Mar 4, 2024

Press



"L'anima del consumatore". L'edizione di Future For Fashion 2024, in programma i prossimi 14 e 15 marzo nella Sala Bianca di Palazzo Pitti a Firenze concentra l'attenzione sui detentori del potere del successo o insuccesso di un prodotto o di un brand.

Future For Fashion, il primo ed unico evento italiano che vuole stimolare una profonda riflessione sul futuro della moda e del made in Italy, con l'edizione 2024 analizzerà attraverso le voci dei protagonisti del settore e della sua filiera, come cambiano esigenze, comportamento e scelte dei consumatori, ma anche come si è trasformato il loro potere d'acquisto.

Organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa e il Centro Firenze per la Moda Italiana, con il supporto di Intesa Sanpaolo in qualità di main sponsor; e la collaborazione del Polimoda; l'evento è ha un'amplificazione digitale grazie alla collaborazione con Vanity Fair Italia, il brand di Condé Nast Italia, con cui è stata progettata e realizzata anche un'attività speciale con le scuole di moda presenti nel capoluogo toscano.

L'appuntamento per questa edizione 2024 vedrà la partecipazione dei protagonisti della moda mondiale, di cui anticipiamo - per ora - solo i nomi Alfonso Dolce amministratore delegato Dolce & Gabbana; Carlo Capasa, presidente della Camera Nazionale Moda Italiana; Antonio De Matteis, presidente Pitti Immagine; Dario Fabbri, analista geopolitico, direttore Domino; Massimiliano Giornetti, direttore Polimoda; Stefania Lazzaroni, direttrice generale Fondazione Altgamma; Micaela Le Divelec, independent luxury advisor; Luca Sburlati, amministratore delegato Pattern; Attila Kiss, amministratore delegato Gruppo Florence.

Anche per l'edizione 2024, Future For Fashion torna nel luogo simbolo di Firenze e per la moda italiana: la Sala Bianca di Palazzo Pitti.

Nel territorio in cui insiste una rete manifatturiera di artigiani, imprenditori e stabilimenti unica e che il mondo ci invidia; e dal luogo in cui ebbe inizio

### ARTICOLI CORRELATI

**Nasce Confindustria  
Toscana Centro e  
Costa: Firenze, Livorno  
e Massa Carrara unite  
in una sola  
Confindustria**

Mar 1, 2024

**Pelletteria, un "Patto di  
sistema" fra imprese e  
sindacati per la  
salvaguardia  
dell'eccellenza di una  
filiera fiore  
all'occhiello del made  
in Italy**

Feb 26, 2024

**Crollo cantiere Firenze:  
presidente di  
Confindustria Toscana  
e di Confindustria  
Firenze Maurizio  
Bigazzi:  
"profondamente  
addolorato, per le  
imprese sicurezza al  
primo posto"**

Feb 16, 2024

la moda italiana, FFF2024 proverà a tracciare "L'anima del consumatore" dei tempi futuri.

simona.bandino@confindustriafirenze.it



### RICERCA

Ricerca un termine

Tutte le categorie

Tutti i tag

CERCA

### ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Cliccando su iscriviti accetti di ricevere la nostra newsletter. Potrai sempre disiscriverti attraverso il link "Cancellami" presente in ogni mail che riceverai. Per maggiori informazioni leggi la nostra informativa.

ISCRIVITI

### CONTATTI

Via Valfonda, 9 - 50123 Firenze (FI)  
C.F. 94330650485  
Telefono +39 055 27071  
email: info@confindustriatoscanacentroecosta.it

Nome e cognome

Indirizzo e-mail

Messaggio

Messaggio

CONTATTACI

[Privacy Policy](#)

### NETWORK DI SISTEMA



### Moda, evento Future for Fashion esplora l'anima del consumatore

A Firenze il 14 e 15 marzo nella sala Bianca di Palazzo Pitti Firenze, 4 marzo 2024 - Focus sulla clientela globale al convegno Future for Fashion del 2024 intitolato 'L'anima del consumatore'. L'iniziativa è organizzata da Confindustria Toscana 'Centro e Costa' e dal Centro Firenze per la Moda Italiana ed è in programma il 14 e 15 marzo nella Sala Bianca di Palazzo Pitti a Firenze. Ospiti Alfonso Dolce amministratore delegato di Dolce & Gabbana, Carlo Capasa presidente della Camera Nazionale Moda Italiana e Antonio De Matteis presidente Pitti Immagine. Il convegno analizzerà come cambiano esigenze, comportamento e scelte dei consumatori, ma anche come si è trasformato il loro potere d'acquisto, discutendone pure con l'analista geopolitico Dario Fabbri, con Massimiliano Giornetti direttore del Polimoda e Attila Kiss ad Gruppo Florence. Il convegno si svolgerà nella sala Bianca di Palazzo Pitti.





**RADIO WOW**

WOW MAGAZINE - GOSSIP

## FUTURE FOR FASHION 2024: «L'ANIMA DEL CONSUMATORE»

Postato da **Redazione Radio WOW** il 4 Marzo 2024



Dopo il successo delle **prime due edizioni**, torna **Future For Fashion**, l'evento organizzato da **Confindustria Toscana Centro e Costa** che, attraverso **la voce dei protagonisti**, vuole stimolare una profonda riflessione sul **futuro della moda** e del **made in Italy**. L'appuntamento 2024, intitolato «**L'anima del consumatore**», è in programma giovedì 14 e venerdì 15 marzo nella Sala Bianca di Palazzo Pitti, a **Firenze**, e sarà trasmesso **in diretta streaming sul sito di Vanity Fair Italia**, su questa pagina.

Riflettori puntati, dunque, sui detentori del **potere del successo** – o dell'insuccesso – di un prodotto o di un brand. I talk, che ospiteranno **personalità di spicco** del settore della sua filiera, si alterneranno in uno dei luoghi simbolo del capoluogo toscano e della moda italiana – **Palazzo Pitti**, appunto – analizzando il cambiamento delle **esigenze**, del **comportamento** e delle **scelte** dei consumatori, ma anche come si è trasformato nel tempo il loro **potere d'acquisto**.

Sul palco, anticipando per ora **solo qualche nome** di fama internazionale, saliranno **Alfonso Dolce**, amministratore delegato Dolce & Gabbana, **Carlo Capasa**, presidente della Camera Nazionale Moda Italiana, **Antonio De Matteis**, presidente di Pitti Immagine, **Dario Fabbri**, analista geopolitico e direttore di Domino, **Massimiliano Giornetti**, direttore del Polimoda, **Stefania Lazzaroni**, direttrice generale della Fondazione Altagamma, **Micaela Le Divelec**, independent luxury advisor, **Luca Sburlati**, amministratore delegato di Pattern, e **Attila Kiss**, amministratore delegato del Gruppo Florence.

L'evento – organizzato insieme al **Centro Firenze per la Moda Italiana**, con il supporto del main sponsor **Intesa San Paolo** e la collaborazione del **Polimoda** – avrà quindi un'amplificazione digitale grazie a **Vanity Fair**, che ha partecipato alla realizzazione di **un'attività speciale** con le scuole di moda presenti nel fiorentino. Un territorio in cui insiste **una rete manifatturiera** di artigiani, imprenditori e stabilimenti che **il mondo ci invidia**. In questo luogo, in cui ebbe inizio **la moda italiana**, Future For Fashion 2024

### #WOW MAGAZINE

**Future For Fashion 2024: «L'anima del consumatore»**

**Luciano Belli Paci: «Liliana Segre, mia madre»**

**Come dolcificare senza zucchero con gli edulcoranti**

**Emily Ratajkowski, da «senza pantaloni» a «senza maglietta» in meno di 24 ore**

**Chiara Ferragni a Che Tempo Che Fa: tra le righe svela anche il suo vero gusto personale in fatto di moda**

### NOW ON AIR



**Con i Sismica**

Ogni giorno alle 13.00 vivi un'esperienza unica alla radio con i **Sismica**, per la prima...

proverà a tracciare «l'anima del consumatore» del **domani**.

Info and episodes

L'articolo originale *Future For Fashion 2024: «L'anima del consumatore»* lo potete trovare al seguente [Link](#)

### UPCOMING SHOWS

WOW Selection  
14:00

WOW SELECTION

SMASHI  
15:00



ARYFASHION  
18:00



WOW Top DJ  
20:00



WOW PLAYLIST  
21:00



Superstar DJ  
22:00



### WOW TV



Continue reading

Previous post

Luciano Belli Paci: «Liliana Segre, mia madre»



4 MARZO 2024

SEGUICI SU   



IL QUOTIDIANO ECONOMICO TOSCANO

 CERCA

 SALVATI  LOGIN/REGISTRATI

IMPRESA INNOVAZIONE FORMAZIONE FINANZA TERRITORIO RUBRICHE | TOP AZIENDE

TOP AZIENDE

CONDIVIDI



SALVA PER DOPO

Articoli Correlati

TERRITORIO

**Tar Toscana, il 9 maggio si decide sugli affitti brevi a Firenze**

Leggi tutto →

TERRITORIO

**Oltre 4 milioni e mezzo per le imprese della Toscana Sud**

Leggi tutto →

TERRITORIO

**Ex Farmoplant di Massa, avvio al progetto pilota per l'attività di "Bio-remediation"**

Leggi tutto →

## La moda s'interroga sulle scelte del consumatore a 'Future for Fashion'

Torna il convegno di Confindustria e Centro di Firenze per la Moda italiana che quest'anno (14-15 marzo) analizza i comportamenti d'acquisto.

04 MARZO 2024  1 min read

162763



Un'immagine dell'edizione 2023 di Future for Fashion, svoltasi sempre nella Sala Bianca di Palazzo Pitti

Il mercato della moda è attraversato da un profondo cambiamento che tocca la produzione, la distribuzione ma anche – e soprattutto – le scelte del consumatore, che è sempre più informato, vede trasformarsi il potere d'acquisto, compra in modo diverso dal passato.

A questi cambiamenti in atto è dedicata l'edizione 2024 (la terza) del convegno 'Future for Fashion', in programma il 14 marzo (nel pomeriggio) e il 15 marzo (la mattina) nella Sala Bianca di Palazzo Pitti a Firenze, nel luogo che il 22 luglio del 1952 ospitò la prima vera sfilata di moda made in Italy, organizzata da Giovanni Battista Giorgini alla presenza di 300 compratori internazionali.

### Confindustria e Centro Moda sono gli organizzatori

Il convegno, organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa e Cfm-Centro Firenze per la Moda Italiana, e sponsorizzato da Intesa Sanpaolo, vedrà la partecipazione di nomi come Alfonso Dolce, amministratore delegato Dolce & Gabbana; Carlo Capasa, presidente della Camera Nazionale Moda Italiana; Antonio De Matteis, presidente Pitti Immagine; Dario Fabbri, analista geopolitico e direttore Domino; Massimiliano Giornetti, direttore Polimoda; Stefania Lazzaroni, direttrice generale Fondazione Altgamma; Micaela Le Divelec, independent luxury advisor; Luca Sburlati, amministratore delegato del gruppo Pattern; Attila Kiss, amministratore delegato Gruppo Florence.

“Nel territorio in cui insiste una rete manifatturiera di artigiani, imprenditori e stabilimenti unica, che il mondo ci invidia – afferma un comunicato – e dal luogo in cui ebbe inizio la moda italiana, Future for Fashion 2024 proverà a tracciare ‘L’anima del consumatore’ dei tempi futuri” (si.pi.)

CONDIVIDI



POTREBBE INTERESSARTI ANCHE

MODA

FIRENZE

## VANITY FAIR

Italia  Newsletter   
People Show News Beauty & Health Fashion Lifestyle Food & Travel Next Video Podcast Vanity Scelti Per Te Festival di Sanremo

ATTUALITÀ

## Future For Fashion 2024: «L'anima del consumatore»

Torna l'evento organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa che vuole stimolare una profonda riflessione sul futuro della moda e del made in Italy attraverso la voce dei protagonisti: 14 e 15 marzo, a Firenze, riflettori sulla trasformazione di esigenze, comportamento e scelte dei consumatori. Due giorni di incontri, trasmessi in diretta streaming sul sito di Vanity Fair

4 MARZO 2024

**D**opo il successo delle **prime due edizioni**, torna **Future For Fashion**, l'evento organizzato da **Confindustria Toscana Centro e Costa** che, attraverso **la voce dei protagonisti**, vuole stimolare una profonda riflessione sul **futuro della moda** e del made in Italy. L'appuntamento 2024, intitolato «**L'anima del consumatore**», è in programma giovedì 14 e venerdì 15 marzo nella Sala Bianca di Palazzo Pitti, a **Firenze**, e sarà trasmesso **in diretta streaming sul sito di Vanity Fair Italia**, su questa pagina.

Riflettori puntati, dunque, sui detentori del **potere del successo** - o dell'insuccesso - di un prodotto o di un brand. I talk, che ospiteranno **personalità di spicco** del settore e della sua filiera, si alterneranno in uno dei luoghi simbolo del capoluogo toscano e della moda italiana - **Palazzo Pitti**, appunto - analizzando il cambiamento delle **esigenze**, del **comportamento** e delle **scelte** dei consumatori, ma anche come si è trasformato nel tempo il loro **potere d'acquisto**.

Sul palco, anticipando per ora **solo qualche nome** di fama internazionale, saliranno **Alfonso Dolce**, amministratore delegato Dolce & Gabbana, **Carlo Capasa**, presidente della Camera Nazionale Moda Italiana, **Antonio De Matteis**, presidente di Pitti Immagine, **Dario Fabbri**, analista geopolitico e direttore di Domino, **Massimiliano Giornetti**, direttore del Polimoda, **Stefania Lazzaroni**, direttrice generale della Fondazione Altagamma, **Micaela Le Divelec**, independent luxury advisor, **Luca Sburlati**, amministratore delegato di Pattern, e **Attila Kiss**, amministratore delegato del Gruppo Florence.

L'evento - organizzato insieme al **Centro Firenze per la Moda Italiana**, con il supporto del main sponsor **Intesa San Paolo** e la collaborazione del **Polimoda** - avrà quindi un'amplificazione digitale grazie a **Vanity Fair**, che ha partecipato alla realizzazione di un'**attività speciale** con le scuole di moda presenti nel fiorentino. Un territorio in cui insiste **una rete manifatturiera** di artigiani, imprenditori e stabilimenti che **il mondo ci invidia**. In questo luogo, in cui ebbe inizio **la moda italiana**, Future For Fashion 2024 proverà a tracciare «l'anima del consumatore» del **domani**.

**Palazzo Pitti**

## Due giorni sulla moda che verrà, torna «Future for fashion»

Una due giorni per riflettere, all'indomani delle fashion week, sui nuovi scenari della moda e del made in Italy ma anche sul comportamento del consumatore del futuro. Torna per la sua terza edizione a Firenze il 14 e il 15 marzo «Future For Fashion» con il titolo «L'anima del consumatore». L'evento organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa insieme al Centro Firenze per la Moda Italiana, Banca Intesa come sponsor e la collaborazione della scuola di moda Polimoda avrà come palco la Sala Bianca di Palazzo Pitti dove la storia del made in Italy ha preso avvio. Protagonisti del dibattito, che sarà trasmesso anche online grazie a Vanity Fair, che ha partecipato alla realizzazione di un'attività speciale con le scuole di moda presenti sul territorio fiorentino, un parterre di imprenditori e esponenti di settore e della filiera. Attesi personalità come Alfonso Dolce, amministratore delegato Dolce & Gabbana assieme a Carlo Capasa, presidente della Camera Nazionale Moda Italiana.

**Laura Antonini**  
 © RIPRODUZIONE RISERVATA



162763



[Il 14 e 15 marzo a Firenze](#)

### L'anima del consumatore e il mondo della moda

**'L'anima del consumatore'.** L'edizione di Future For Fashion 2024, in programma il 14 e 15 marzo nella Sala Bianca di Palazzo Pitti a Firenze concentra l'attenzione sui detentori del potere del successo o insuccesso di un prodotto o di un brand. Future For Fashion, il primo e unico evento italiano che vuole stimolare una profonda riflessione sul futuro della moda e del made in Italy, con l'edizione 2024 analizzerà attraverso le voci dei protagonisti del settore e della sua filiera, come cambiano esigenze, comportamento e scelte dei consumatori, ma anche come si è trasformato il loro potere d'acquisto. Organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa e il Centro Firenze per la Moda Italiana, con il supporto di Intesa Sanpaolo in qualità di main sponsor, e la collaborazione del Polimoda, l'evento ha un'amplificazione digitale grazie alla collaborazione con Vanity Fair Italia, con cui è stata progettata e realizzata anche un'attività speciale con le scuole di moda.



162763



Chi Siamo



## AL VIA GIOVEDÌ A FIRENZE "FUTURE FOR FASHION" 2024

CONFINDUSTRIA  
TOSCANA CENTRO E COSTA  
Firenze Livorno Massa Carrara

Governance ▾

News

Essere Socio

Contatti



Mar 12, 2024

Press



Cosa cerca, cosa si aspetta, cosa vuole. E' lui: il consumatore; al centro di "Future For Fashion 2024", l'appuntamento di confronto e riflessione fra i protagonisti della moda e della sua filiera, che prenderà il via giovedì prossimo a Firenze.

Un appuntamento per gli addetti al settore arrivato alla sua terza edizione; che torna, per il secondo anno consecutivo, nella Sala Bianca di Palazzo Pitti. E che quest'anno si arricchisce di una nuova esperienza che prevede il coinvolgimento attivo di alcune delle principali scuole di moda e design del territorio fiorentino - Polimoda, IED Firenze, Istituto Marangoni Firenze, Accademia Italiana - con l'obiettivo di condividere spunti e riflessioni con i futuri protagonisti del settore.

Il pomeriggio del 14 marzo, infatti, una selezione di studenti parteciperà a confronti su tematiche di settore di attualità, guidati da alcune figure di riferimento, quali Angelo Figus (Designer, Trend and Color Forecaster, Independent Curator), Sara Sozzani Maino (Creative Director Fondazione Sozzani e Creative Advisor CNCC) e Matteo Ward (Amministratore

## ARTICOLI CORRELATI

**Future For Fashion 2024, torna a Firenze l'appuntamento con i protagonisti della moda i prossimi 14 e 15 marzo**

Mar 4, 2024

**Nasce Confindustria Toscana Centro e Costa: Firenze, Livorno e Massa Carrara unite in una sola Confindustria**

Mar 1, 2024

162763

Delegato e co-fondatore di WRÅD). Le riflessioni più significative emerse dal confronto con i ragazzi saranno condivise con il pubblico la mattina seguente. E' prevista, inoltre, anche una sessione di analisi e valutazione dei progetti di alcuni studenti.

FFF2024 è organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa e il Centro Firenze per la Moda Italiana, con il supporto di Intesa Sanpaolo in qualità di main sponsor; e la collaborazione del Polimoda; l'evento e ha un'amplificazione digitale grazie alla collaborazione con Vanity Fair Italia, il brand di Condé Nast Italia, con cui è stata progettata e realizzata anche l'attività speciale con le scuole di moda del capoluogo toscano.

Fra i protagonisti di FFF2024 ci sono: Maurizio Bigazzi, presidente di Confindustria Toscana Centro e Costa – Firenze Livorno Massa Carrara; Dario Nardella, Sindaco di Firenze; Simone Verde, Direttore delle Gallerie degli Uffizi; Antonio De Matteis, presidente Pitti Immagine; Massimiliano Giornetti, direttore Polimoda; Attila Kiss, amministratore delegato Gruppo Florence; Stefania Lazzaroni, direttrice Generale Altagamma; Christian Tubito; direttore Material Innovation Lab (MIL), Kering; Giovanna Paoloni, amministratore delegato Officina Profumo Farmaceutica Santa Maria Novella; Luisa Benigno, CEO Calzaturificio Sirio; Luca Sburlati, amministratore delegato Pattern; Flavio Sciuccati, senior partner, Board Member at The European House Ambrosetti; Stefano Giacomelli, Deputy Chairman Smythson of Bond Street, CEO Tivoli Group; Chiara Corini, Burberry, VP Leathergoods Product and Supply Chain; Ida Palombella, Deloitte, Partner and Global Fashion & Luxury Co-Leader; Alfonso Dolce, amministratore delegato Dolce & Gabbana; Benedetta Conticelli, CEO di Land of Fashion Outlet Management e Managing Director di KRYALOS S.g.r. Spa; Carlo Capasa, presidente Camera Nazionale della Moda Italiana; Dario Fabbri, analista geopolitico, direttore Domino; Matteo Mantellassi, CEO Manteco; Sergio Tamborini, presidente di Sistema Moda Italia; Giulia Maria Governa, head of consumer & retail M&A, Divisione IMI Corporate & Investment Banking Intesa Sanpaolo; Micaela Le Divelec, independent luxury advisor; Antonella Mansi, presidente Centro di Firenze per la Moda Italiana; Niccolò Moschini, Vicepresidente Confindustria Toscana Centro e Costa – Firenze Livorno Massa Carrara con delega al Made in Italy.

Programma completo su <https://www.futureforfashion.org>

Questo contenuto è riservato ai soci. Accedi per leggere tutto.

### Accesso utente

Email

Password

Ricordami

Hai dimenticato la password? [Fai clic qui per reimpostare la password](#)

### Pelletteria, un "Patto di sistema" fra imprese e sindacati per la salvaguardia dell'eccellenza di una filiera fiore all'occhiello del made in Italy

Feb 26, 2024

## RICERCA

12 MARZO 2024

SEGUICI SU   



IL QUOTIDIANO ECONOMICO TOSCANO

 CERCA

 SALVATI  LOGIN/REGISTRATI

IMPRESA INNOVAZIONE FORMAZIONE FINANZA TERRITORIO RUBRICHE | TOP AZIENDE

TOP AZIENDE

CONDIVIDI



SALVA PER DOPO

Articoli Correlati

TERRITORIO

**Toscana: export 2023 a 57,5 miliardi (+5,6%), farmaceutica boom**

[Leggi tutto →](#)

TERRITORIO

**La Toscana prova a far crescere la sua Yachting Week**

[Leggi tutto →](#)

TERRITORIO

**No alle discriminazioni sul lavoro. Loro Ciuffenna certifica la parità di genere**

[Leggi tutto →](#)

## Future For Fashion 2024 alla ricerca dell'anima del consumatore

Un appuntamento arrivato alla sua terza edizione; che torna, giovedì 14 marzo, per il secondo anno consecutivo, nella Sala Bianca di Palazzo Pitti.

12 MARZO 2024  3 min read

162763



Cosa cerca, cosa si aspetta, cosa vuole. E' lui: **il consumatore il soggetto al centro di "Future For Fashion 2024"**, l'appuntamento di confronto e riflessione fra i protagonisti della moda e della sua filiera, che prenderà il via giovedì 14 marzo a Firenze e si concluderà il giorno successivo.

Si tratta di un appuntamento per gli addetti al settore arrivato alla sua terza edizione. Che torna, per il secondo anno consecutivo, nella Sala Bianca di Palazzo Pitti. E che quest'anno si arricchisce di una nuova esperienza che **prevede il coinvolgimento attivo di alcune delle principali scuole di moda e design del territorio fiorentino – Polimoda, IED Firenze, Istituto Marangoni Firenze, Accademia Italiana** – con l'obiettivo di condividere spunti e riflessioni con i futuri protagonisti del settore.

### Fra le novità la partecipazione degli studenti delle scuole di moda

Il pomeriggio del 14 marzo, infatti, una selezione di studenti parteciperà a confronti su tematiche di settore di attualità, guidati da alcune figure di riferimento, quali **Angelo Figus** (designer, trend and color forecaster, independent curator), **Sara Sozzani Maino** (creative director Fondazione Sozzani e creative advisor Cncc) e **Matteo Ward** (amministratore delegato e co-fondatore di WRÄD). **Le riflessioni più significative emerse dal confronto con i ragazzi saranno condivise con il pubblico la mattina seguente.** E' prevista, inoltre, anche una sessione di analisi e valutazione dei progetti di alcuni studenti.

### Progetto voluto da Confindustria Toscana Centro e Costa e il Centro Firenze per la moda italiana

FFF2024 è organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa e il Centro Firenze per la moda italiana, con il supporto di **Intesa Sanpaolo in qualità di main sponsor**; e la collaborazione del **Polimoda**; l'evento ha un'**amplificazione digitale grazie alla collaborazione con Vanity Fair Italia**, il brand di **Condé Nast Italia**, con cui è stata progettata e realizzata anche l'attività speciale con le scuole di moda del capoluogo toscano.

Numerosi e significativi i nomi dei protagonisti di FFF2024 che saranno capaci di offrire una lettura a tutto tondo della situazione attuale della moda italiana e non solo. Da **Maurizio Bigazzi**, presidente di Confindustria Toscana Centro e Costa – Firenze Livorno Massa Carrara a **Dario Nardella**, sindaco di Firenze; **Simone Verde**, direttore delle Gallerie degli Uffizi; **Antonio De Matteis**, presidente di Pitti Immagine; **Massimiliano Giornetti**, direttore del Polimoda. E poi **Attila Kiss**, amministratore delegato del Gruppo Florence; **Stefania Lazzaroni**, direttrice generale di Altagamma; **Christian Tubito**, direttore di Material innovation lab (MIL), Kering; **Giovanna Paoloni**, amministratore delegato dell'Officina Profumo Farmaceutica Santa Maria Novella.

Non mancheranno **Luisa Benigno**, ceo del calzaturificio Sirio; **Luca Sburlati**, amministratore delegato di Pattern; **Flavio Sciuccati**, senior partner, board member at The European House Ambrosetti; **Stefano Giacomelli**, deputy chairman Smythson of Bond Street, ceo di Tivoli Group; **Chiara Corini** di Burberry, VP Leathergoods Product and Supply Chain; **Ida Palombella**, Deloitte, partner and global fashion & luxury co-leader.

E poi anche la moda più glamour con **Alfonso Dolce**, amministratore delegato di Dolce & Gabbana; **Benedetta Conticelli**, ceo di Land of fashion outlet management e managing director di KRYALOS s.g.r. Spa; **personalità come Carlo Capasa**, presidente Camera nazionale della moda italiana; **Dario Fabbri**, analista geopolitico e direttore di Domino; **Matteo Mantellassi**, ceo di Manteco; **Sergio Tamborini**, presidente di Sistema moda Italia; **Giulia Maria Governa**, head of consumer & retail M&A, Divisione IMI

Corporate & Investment Banking Intesa Sanpaolo; un nome come quello di **Micaela Le Divelec**, independent luxury advisor; e poi naturalmente **Antonella Mansi**, presidente Centro di Firenze per la Moda Italiana; **Niccolò Moschini**, vicepresidente Confindustria Toscana Centro e Costa con delega al Made in Italy. (red)

Programma completo su <https://www.futureforfashion.org>

CONDIVIDI



POTREBBE INTERESSARTI ANCHE

MODA

FIRENZE

CONFINDUSTRIA TOSCANA CENTRO E COSTA

### Hai qualche consiglio?

Scrivi alla nostra redazione

CONTATTACI

**Trending Topics:** cantieretoscana muoversi in toscana rigenerazione urbana eugenio gianì Toscana Digitale pnrr donne eventi salute mentale

### ATTUALITÀ /

# Future for Fashion, il rilancio del sistema moda riparte da Pitti

*Confindustria rilancia l'idea di un patto per preservare il saper fare e l'eccellenza che contraddistinguono la pelletteria toscana*



/ Redazione  
14 MARZO 2024



Future for Fashion in Sala Bianca a Palazzo Pitti

*“Il 2023 non è stato un anno facile” per il **sistema moda della Toscana**, “lo si è visto anche dai numeri degli scambi internazionali, -9% le esportazioni toscane della moda verso il mondo, e dai dati della produzione del settore, che mediamente flette più della media*

*complessiva dell'industria" così **Maurizio Bigazzi**, presidente di Confindustria Toscana Centro e Costa, è intervenuto a **Future for Fashion 2024**.*

*"Questa due giorni rappresenta un tassello importante – ha detto – della strategia di reazione e di rilancio che abbiamo messo in campo insieme alle nostre aziende del settore. Mi riferisco, ad esempio, al 'Patto di sistema' fra imprese e sindacati per minimizzare gli impatti sulla filiera della pelletteria, causati dal rallentamento congiunturale. Un patto che vuole portare avanti progetti per preservare il saper fare e l'eccellenza che contraddistinguono la nostra pelletteria".*

### ***Una strategia di rilancio per il sistema moda***

Dunque, in questa fase *"abbiamo bisogno di un sistema-Paese che sappia interfacciare l'innovazione continua delle aziende"*, ha aggiunto Bigazzi, ricordando che *"aprendo l'ultimo Pitti Uomo il ministro Urso aveva detto che il 2024 dovrà essere l'anno delle politiche industriali sul made in Italy. Rilancio e rafforzamento la sua proposta. Ci aspetta un periodo impegnativo e sfidante. E mai come ora c'è bisogno sia di politica industriale per non restare impantanati nel presente e progettare il futuro"*.

### ***Nardella: un distretto della formazione***

*"A Firenze abbiamo una buona esperienza nel rapporto tra formazione e produzione, e dobbiamo insistere su questo modello, altrimenti rischiamo di perdere la grande sfida competitiva con i grandi colossi della moda che vengono da altri paesi"* ha affermato **Dario Nardella**, sindaco di Firenze, aprendo l'iniziativa **Future For Fashion 2024** a Palazzo Pitti.

Nardella ha parlato del concetto di *"un distretto della formazione"*, perché *"ci sono pochi settori di eccellenza e di qualità come la moda, nei quali l'aspetto formativo è fondamentale, quindi dalla scuola dell'obbligo fino alle scuole di specializzazioni, dai centri di formazione professionale al sistema degli stage, è fondamentale che questo sistema di formazione garantisca all'industria*

*della moda dei livelli di professionalità altissimi, non soltanto per il mondo della comunicazione e del marketing, ma anche in quello della creazione del prodotto e anche quello manageriale”.*

TOPICS:

CONFINDUSTRIA

MODA

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE



ATTUALITÀ / Redazione

## Formazione, il progetto "mappe geografiche nelle scuole" si presenta

L'iniziativa al Palazzo del Pegaso. Per il presidente Mazzeo la promozione della cittadinanza attiva passa anche dalla conoscenza puntuale del territorio

ATTUALITÀ / Redazione

## Promozione all'estero, 6 milioni in più per i viticoltori

Nuovi fondi economici per le aziende toscane da destinare pure alla ristrutturazione e alla riconversione dei vigneti. Gianì e Saccardi: "Risorse preziose"



ATTUALITÀ / Giulia Rafanelli

L'appuntamento di Confindustria

### Oggi e domani Future For Fashion Le condizioni per determinare il successo o meno di un prodotto

**L'edizione** di Future For Fashion 2024 (dal titolo "L'anima del consumatore"), in programma oggi e domani nella Sala Bianca di Palazzo Pitti a Firenze concentrerà l'attenzione sui detentori del potere del successo o insuccesso di un prodotto o di un brand. Alle 14,30 saluti di apertura e benvenuto di Maurizio Bigazzi, presidente di Confindustria Toscana, di Dario Nardella, sindaco di Firenze, e di Simone Verde, direttore delle Gallerie degli Uffizi, seguiti dagli interventi, fra gli altri, di Antonio De Matteis, presidente Pitti Immagine, Massimiliano Giornetti, direttore Polimoda, Attila Kiss, ad Gruppo Florence, Stefania Lazzaroni, dg Altagamma e di Christian Tubito, direttore Material innovation lab (Mil), Kering. Domani mattina chiusura con Antonella Mansi, presidente Centro di Firenze per la Moda Italiana e Niccolò Moschini, vicepresidente Confindustria Toscana Centro e Costa - Firenze Livorno Massa Carrara con delega al Made in Italy.



### Oggi e domani Future For Fashion. Le condizioni per determinare il successo o meno di un prodotto

L'edizione di Future For Fashion 2024 a Palazzo Pitti si focalizza sull'importanza dei consumatori per il successo di un prodotto o brand. Con interventi di esperti del settore, l'evento si propone di analizzare il ruolo chiave dei detentori del potere nel mondo della moda. L'edizione di Future For Fashion 2024 (dal titolo L'anima del consumatore), in programma oggi e domani nella Sala Bianca di Palazzo Pitti a Firenze concentrerà l'attenzione sui detentori del potere del successo o insuccesso di un prodotto o di un brand. Alle 14,30 saluti di apertura e benvenuto di Maurizio Bigazzi, presidente di Confindustria Toscana, di Dario Nardella, sindaco di Firenze, e di Simone Verde, direttore delle Gallerie degli Uffizi, seguiti dagli interventi, fra gli altri, di Antonio De Matteis, presidente Pitti Immagine, Massimiliano Giornetti, direttore Polimoda, Attila Kiss, ad Gruppo Florence, Stefania Lazzaroni, dg Altgamma e di Christian Tubito, direttore Material innovation lab (Mil), Kering. Domani mattina chiusura con Antonella Mansi, presidente Centro di Firenze per la Moda Italiana e Niccolò Moschini, vicepresidente Confindustria Toscana Centro e Costa Firenze Livorno Massa Carrara con delega al Made in Italy.

**LA NAZIONE**

### Firenze, la Città metropolitana vuole comprare fondi sfitti in centro ma al bando anti-rendita si f

Lo ha detto il sindaco Dario Nardella intervenendo a Future for Fashion 2024 Il bando anti-rendita della Città metropolitana ? Solo tre offerte. Solo tre privati che hanno aderito alla proposta di acquisto del loro fondo abbandonato nella zona di San Lorenzo da parte dell'ente pubblico. Segno che il mangifico continua a fare troppa gola a chi detiene un immobile in centro. E affittare un locale a chi vende cibo o roba per turisti resta l'obiettivo dei più. E' l'amara constatazione del sindaco Dario Nardella : "Firenze è un luogo dove fare, parlare, creare moda è perfino naturale. Ma se poi usciamo da Palazzo Pitti e invece di trovare una bottega artigiana troviamo una paninoteca , andiamo più avanti e invece di trovare una bottega di sarti troviamo una lavanderia automatica, allora ci chiediamo cosa sia rimasto di tutto ciò" racconta il primo cittadino intervenendo a Future for Fashion 2024. "Noi ad esempio, ne abbiamo parlato poco, l'anno scorso abbiamo fatto un bando - ha proseguito - per acquistare fondi commerciali abbandonati nel centro. Abbiamo messo anche un bel pò di soldi, 18 milioni di euro . A questo bando hanno risposto solo in tre. Evidentemente il livello di rendita passiva è così alto che anche se un ente pubblico è pronto a offrirti una bella somma per comprare il tuo immobile abbandonato rispondono solo in tre. Tuttavia, ha sottolineato Nardella, " abbiamo cominciato da quei tre, in via Guelfa, vicino a via Faenza , li stiamo ristrutturando. Uno era una vecchia pizzeria, un altro era un negozio di panini, e l'altro un negozio di borse un pò turistiche. Quando finiremo il restauro, d



'accordo con le associazioni degli artigiani, li affitteremo con un canone simbolico di 100-200 euro a un giovane artigiano che vuole intraprendere questa attività. Io credo che anche le soluzioni di questo tipo possano essere in qualche modo degli spunti per modificare lo status quo, posto che le amministrazioni locali non hanno più i poteri delle autorizzazioni commerciali, ed è una vecchia battaglia che come Comune di Firenze facciamo da anni".

### Future for Fashion, voglia di rilanciare il modello Firenze

La due giorni di Palazzo Pitti mette a fuoco le sfide della moda, e il necessario rapporto tra formazione e produzione. Leonardo Testai Un rapporto continuo fra produzione e formazione, per rafforzare e rilanciare quel modello Firenze' che ha fatto la fortuna del sistema moda territoriale: è il messaggio per l'economia dell'area metropolitana che si irradia dalla Sala Bianca di Palazzo Pitti, location di Future for Fashion 2024, l'iniziativa organizzata da Confindustria Toscana Centro e Costa e dal Centro di Firenze per la Moda Italiana, col supporto di Intesa Sanpaolo in qualità di main sponsor e la collaborazione del Polimoda. C'è bisogno di politica industriale Il 2023 non è stato un anno facile per il sistema moda della Toscana, ha ammesso Maurizio Bigazzi, presidente di Confindustria Toscana Centro e Costa, secondo cui questo lo si è visto anche dai numeri degli scambi internazionali, -9% le esportazioni toscane della moda verso il mondo, e dai dati della produzione del settore, che mediamente flette più della media complessiva dell'industria. Tuttavia, ha ribattuto Bigazzi, le energie imprenditoriali ci sono. Ma soprattutto c'è la forza di un settore che in Toscana rappresenta il 24% degli addetti di tutto il sistema moda italiano: 15mila imprese che danno lavoro a oltre 100 mila persone. Un quarto del valore aggiunto prodotto dal comparto a livello nazionale proviene dalla Toscana. E vendiamo all'estero prodotti moda per circa 14 miliardi. Per alcuni settori, come la pelletteria, il 40% dell'export parte dalla Toscana. Sono numeri che ci fanno capire la capacità manifatturiera che possiamo mettere in campo. La due giorni di Future for Fashion a Firenze, per Bigazzi, rappresenta un tassello importante della strategia di reazione e di rilancio che abbiamo messo in campo insieme alle nostre aziende del settore. Mi riferisco, ad esempio, al Patto di sistema fra imprese e sindacati per minimizzare gli impatti sulla filiera della pelletteria, causati dal rallentamento congiunturale. Un patto che vuole portare avanti progetti per preservare il saper fare e l'eccellenza che contraddistinguono la nostra pelletteria. Dunque, in questa fase abbiamo bisogno di un sistema-Paese che sappia interfacciare l'innovazione continua delle aziende, ha aggiunto Bigazzi, ricordando che aprendo l'ultimo Pitti Uomo il ministro Urso aveva detto che il 2024 dovrà essere l'anno delle politiche industriali sul made in Italy. Rilancio e rafforzamento la sua proposta. Ci aspetta un periodo impegnativo e sfidante. E mai come ora c'è bisogno di politica industriale per non restare impantanati nel presente e progettare il futuro. Formazione e produzione per vincere la sfida A Firenze abbiamo una buona esperienza nel rapporto tra formazione e produzione, e dobbiamo insistere su questo modello, altrimenti rischiamo di perdere la grande sfida competitiva con i grandi colossi della moda che vengono da altri paesi, ha affermato a sua volta Dario Nardella, sindaco di Firenze, che aprendo Future for Fashion ha insistito sul concetto di un distretto della formazione, perché ci sono pochi settori di eccellenza e di qualità come la moda, nei quali l'aspetto formativo è fondamentale, quindi dalla scuola dell'obbligo fino alle scuole di specializzazioni, dai centri di formazione professionale al sistema degli stage, è fondamentale che questo sistema di formazione garantisca all'industria della moda dei livelli di professionalità altissimi, non soltanto per il mondo della comunicazione e del marketing, ma anche in quello della creazione del prodotto e anche quello manageriale. Stefania Lazzaroni, direttrice generale di Altagamma, ha ricordato le potenzialità del progetto Adotta una scuola': I marchi hanno adottato 33 scuole ha detto -, e sono 2.500 i ragazzi coinvolti nel progetto. La visibilità che i marchi, che sono delle icone estremamente amate dai giovani, offrono a questo messaggio è veramente unica. Quindi io ringrazio tutti i 33 marchi di Altagamma, ma non solo, che si sono uniti insieme anche a Lineapelle per dare questo messaggio: dobbiamo veramente avvicinare i ragazzi e spiegare anche che si lavora con le mani, ma non solo, perché i visual designer che lavorano con gli strumenti digitali lavorano con le mani in modo artigianale, ma usando tutte le tecnologie, e quindi in qualche modo anche questo messaggio va trasmesso. Sarebbe anche bello che tutti insieme creassimo una campagna a livello nazionale o europeo: l'Italia è il paese manifatturiero per eccellenza, ma una campagna sull'intelligenza artigianale sarebbe veramente interessante. Facciamo innamorare i giovani (e paghiamoli di più) Più in generale, secondo Antonio De Matteis, amministratore delegato di Kiton e presidente di Pitti Immagine, dobbiamo tornare a parlare di prodotto, di formazione, per far innamorare i giovani del prodotto, perché se loro si innamorano del prodotto in automatico ci saranno degli artigiani e dei giovani che si appassioneranno a realizzarlo. Dunque bisogna far innamorare i giovani di una maglia ha detto -, di una giacca, di una cravatta, di una camicia: non solo dello stile, perché oggi tutti vogliono fare gli stilisti e il marketing, ma pochissimi vogliono aprire una bottega, e ci dobbiamo domandare perché. Quando io ero giovane c'erano tanti giovani che volevano aprire un negozio di



162763

abbigliamento. In tema di giovani, ha spiegato De Matteis, per quanto riguarda la nostra azienda noi abbiamo una scuola di formazione: i ragazzi hanno un piccolo salario, hanno un rimborso spese per arrivare ad Arzano. Per quanto riguarda i salari, credo che la nostra azienda in Italia sia tra le aziende che paga i salari più alti: abbiamo un costo medio di 45mila euro ad addetto. Il costo medio nazionale va dai 23mila ai 27mila euro, quindi per quanto mi riguarda mi sento abbastanza a posto con la coscienza. Se gli altri devono aumentare? Credo di sì, credo proprio di sì.  
Leonardo Testai Condividi

## Future For Fashion 2024: le foto dei protagonisti

Vanityfair | 33588 | 41 minuti fa

Spettacoli e Cultura - Imprenditori, manager, stilisti, istituzioni pubbliche e private: tutti gli ospiti della terza edizione dell'evento di Confindustria Toscana Centro e Costa, andato in scena nella Sala Bianca di Palazzo Pitti. Per una riflessione corale su ...

[Leggi la notizia](#)

Persone: industry insights maria silvia sacchi  
Organizzazioni: l'anima del consumatore made  
Prodotti: moda  
Luoghi: future for fashion 2024 italia  
Tags: protagonisti foto



CONDIVIDI QUESTA PAGINA SU



Tag Persone Organizzazioni Luoghi Prodotti

Termini e condizioni d'uso - Contattaci



### Conosci Libero Mail?

Sai che Libero ti offre una mail gratis con 5GB di spazio cloud su web, cellulare e tablet?

[Scopri di più](#)

CITTA'

Milano	Palermo	Perugia
Roma	Firenze	Cagliari
Napoli	Genova	Trento
Bologna	Catanzaro	Potenza
Venezia	Ancona	Campobasso
Torino	Trieste	Aosta
Bari	L'Aquila	

[Altre città](#)

FOTO



Future For Fashion 2024: le foto dei protagonisti  
Vanityfair - 41 minuti fa

1 di 1

Gli articoli sono stati selezionati e posizionati in questa pagina in modo automatico. L'ora o la data visualizzate si riferiscono al momento in cui l'articolo è stato aggiunto o aggiornato in Libero 24x7

Ven 15 Mar 2024 CONTRORADIO CLUB VIAGGI CONTATTI f @ X v

# CONTRORADIO

CONTRORADIO ON AIR

HOME CHI SIAMO TOSCANA CULTURA & SPETTACOLO MUSICA LA RADIO SEGUICI PUBBLICITÀ Q

Home > Toscana > Cronaca > "Future for fashion 2024: l'anima del consumatore": due giornate dedicate al futuro...

Senza categoria Toscana Cronaca Economia

## "Future for fashion 2024: l'anima del consumatore": due giornate dedicate al futuro della moda

By Viola Giacalone 15 Marzo 2024



Rock Contest 2023 | La Finale



Contattaci su WhatsApp 342 8104111

162763

[Scarica file](#) | [Ascolta in una nuova finestra](#) | Durata: 00:01:39 | Registrato il 15 Marzo 2024

"Future For Fashion 2024": a Palazzo Pitti, si concludono oggi due giornate di confronto e riflessione fra i protagonisti della moda e della sua filiera, dopo un 2023 di crisi per il settore. L'evento organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa quest'anno ha puntato i riflettori sul consumatore, detentore del potere del successo o meno del prodotto.

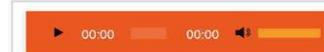
Audio: presidente Confindustria Toscana Maurizio Bigazzi, il direttore delle Gallerie degli Uffizi Simone Verde e Antonio De Matteis presidente Pitti Immagine.

"Il consumatore del prodotto-moda non compra solo un oggetto, ma un contenuto estetico, uno stile, un significato. Ma dietro questi contenuti, c'è un'industria dai numeri importanti. Ci sono filiere che rappresentano un capitale sociale primario per questa economia metropolitana e per questa regione. Ci sono una artigianalità e un *saper fare* riconosciuti a livello internazionale". Ha aperto così Maurizio Bigazzi, presidente di Confindustria Toscana Centro e Costa i lavori della terza edizione di Future For Fashion 2024. "Il 2023 non è stato un facile per il settore – prosegue Bigazzi –. Il generale rallentamento dell'economia e le tensioni geopolitiche hanno avuto impatti pesanti sui consumi. Questa due giorni rappresenta, dunque, un tassello importante della strategia di reazione e di rilancio che abbiamo messo in campo insieme alle nostre aziende del settore. Mi riferisco – ad esempio – al 'Patto di sistema' fra imprese e sindacati per minimizzare gli impatti sulla filiera della pelletteria, causati dal rallentamento congiunturale. Un patto che vuole portare avanti progetti per preservare il *saper fare* e l'eccellenza che contraddistinguono la nostra pelletteria". In seguito all'intervento di Bigazzi, i saluti del sindaco Nardella, e Simone Verde nuovo direttore delle Gallerie degli Uffizi, al suo primo intervento pubblico dall'inizio dell'incarico.

A concludere il pomeriggio di lavori della prima giornata sono stati i tavoli tematici con alcuni studenti di alcune delle principali scuole di moda e design del territorio fiorentino – Polimoda, IED Firenze, Istituto Marangoni Firenze, Accademia Italiana. Le riflessioni più significative emerse dal confronto con i ragazzi sono state condivise con il pubblico stamattina.

**Fra i partecipanti che sono intervenuti:** Maurizio Bigazzi, presidente di Confindustria Toscana Centro e Costa – Firenze Livorno Massa Carrara; Dario Nardella, Sindaco di Firenze; Simone Verde, Direttore delle Gallerie degli Uffizi; Antonio De Matteis, presidente Pitti Immagine; Massimiliano Girometti, direttore Polimoda; Attila Kiss, amministratore delegato Gruppo Florence; Stefania Lazzaroni, direttrice Generale Altagamma, Kering; Giovanna Paoloni, amministratore delegato Officina Profumo Farmaceutica Santa Maria Novella; Luisa Benigno, CEO Calzaturificio Sirio; Luca Sburlati, amministratore delegato Pattern; Flavio Sciuccati, senior partner, Board Member at The European House Ambrosetti; Stefano Giacomelli, Deputy Chairman Smythson of Bond Street, CEO Tivoli Group; Chiara Corini, Burberry, VP Leathergoods Product and Supply Chain; Ida Palombella, Deloitte, Partner and Global Fashion & Luxury Co-Leader; Alfonso Dolce, amministratore delegato Dolce & Gabbana; Benedetta Conticelli, CEO di Land of Fashion Outlet Management e Managing Director di KRYALOS S.g.r. Spa; Carlo Capasa, presidente Camera Nazionale della Moda Italiana; Dario Fabbri, analista geopolitico, direttore Domino; Matteo Mantellassi, CEO Manteco; Sergio Tamborini, presidente di

#### "Prenditi cura di me"



Che cosa è successo? Donne e lavoro - 9 marzo 2024

#### UNA VITA TRA DUE RIVOLUZIONI.





Scarica Controradio News

Scarica su App Store

DISPONIBILE SU Google Play

### CONTRORADIO.IT (WEB)

Data 15-03-2024

Pagina

Foglio 3 / 3

Sistema Moda Italia; Giulia Maria Governa, head of consumer & retail M&A, Divisione IMI Corporate & Investment Banking Intesa Sanpaolo; Micaela Le Divelec, independent luxury advisor; Antonella Mansi, presidente Centro di Firenze per la Moda Italiana; Niccolò Moschini, Vicepresidente Confindustria Toscana Centro e Costa – Firenze Livorno Massa Carrara con delega al Made in Italy.

FFF2024 è organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa e il Centro Firenze per la Moda Italiana, con il supporto di Intesa Sanpaolo in qualità di main sponsor; e la collaborazione del Polimoda; l'evento è amplificato digitalmente grazie alla collaborazione con Vanity Fair Italia, il brand di Condé Nast Italia, con cui è stata progettata e realizzata anche l'attività speciale con le scuole di moda del capoluogo toscano.

TAGS Antonio de Mattels Confindustria Toscana future for fashion Maurizio Bigazzi Simone Verde



Articolo precedente

A Pistoia la grande mostra: '60 Pop Art Italia

Articoli correlati



Al Pecci la prima retrospettiva italiana di Alfredo Volpi, in dialogo tra la Toscana e il suo Brasile



Caribellotta: il tetto alla spesa per i sanitari anche il Servizio Sanitario



Furto di 28 mila euro per l'omicidio del giovane inquirente a Prato



### Abbiamo parlato di

Toscana Firenze Regione Toscana Comune di Firenze Giornale radio nazionale Newline Dario Nardella  
 Coronavirus Toscana Eugenio Giani Covid-19 Gimmy Tranquillo Enrico Rossi Stefania Saccardi Comune di Prato Pisa  
 Comune di Pisa Arma dei Carabinieri Vigili del Fuoco Comune di Livorno Salt Peanuts

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

# CONTRORADIO



- HOME
- CHI SIAMO
- TOSCANA
- CULTURA & SPETTACOLO
- MUSICA
- LA RADIO
- SEGUICI
- PUBBLICITÀ

## News line del 15 Marzo 2024 18:15

15 Marzo 2024



Radio News



Rock Contest 2023 | La Finale



162763



[Scarica file](#) | [Ascolta in una nuova finestra](#) | Durata: 00:49:29 | Registrato il 15 Marzo 2024

“

Speaker 0: E la notizia del giorno

Speaker 1: Newline sera. Diciate

Speaker 2: quattordici una buona serata a tutti voi dunque la Newline serale venerdì quindici marzo duemila ventiquattro menù consueto quello insomma a cui siete abituati oramai quindi le interviste, gli approfondimenti, servizi della redazione, le notizie del giorno per quello che riguarda Firenze e la Toscana e di cosa ci occuperemo in apertura la cronaca perché c'è stato un arresto riguardo al caso dell'omicidio della scorsa notte diciannovenne di origine Moldava c'è stato un arresto si tratta di un ventiseienne di origine senegalese che è stato interrogato insieme ad altri soprattutto la giornata di ieri poi innodata si è concretizzato il fermo, gli inquirenti ritengono appunto che sia lui l'omicida e quindi è stato tradotto in carcere per quanto riguarda il tema della sicurezza oggi pomeriggio c'è stato il presidio dei comitati fiorentini che si occupano di questa vicenda. Sentiremo in diretta Fabrizio Carabba del comitato Borgo Gnissanti che abbiamo più volte sentito sulla vicenda delle spaccate ehm il presidio si è svolto nel pomeriggio sentiremo quali sono le richieste anche in relazione a quest'ultimo caso di cronaca che indubbiamente ha colpito, no? Perché non è consueto un omicidio a Firenze e soprattutto nelle condizioni in cui si è verificato anche se gli allarmi sulla zona della stazione come sapete è da tempo che vengono rimandati il sindaco di Firenze ha chiesto e quanto prima intervenga il ministro piantandosi venga a Firenze a verificare di persona insomma la questione di sicurezza torna di grande attualità qualora ne fosse mai uscito anche in funzione della campagna elettorale in cui siamo tutti oramai coinvolti e da tempo verso l'amministrative di giugno.

Niti gratis sapete no? Questa grande novità della regione Toscana, inedita. L'esperimto che pone sicuramente la Toscana all'avanguardia è uno dei fiori agli occhiello di politiche sociali della regione Toscana. Oggi si è fatto il punto. Lo faremo noi con voi grazie alle interviste realizzate da Sandra Salvato la politica perché questa mattina è stato ospite ai nostri microfoni Tommaso Montanari lo storico dell'arte rettore del dell'Università degli Strani Ediziena che come sapete con la sua associazione dieci agosto a undici agosto ha chiaramente segnato no?

Con la sua presenza e con le sue proposte la campagna direttoriale. Il tema qui in questo caso è ma il matrimonio con il Movimento Cinque Stelle. Chi lo fa? La sinistra, il PD oppure insomma questi matrimoni non sanno da fare come diceva ehm Don Rodrigo come dicevano III bravi al povero Donna Bondio e vedremo vedremo perché tutti in movimento come sapete nel frattempo Lanci per togliere le le castagne dal fuoco ha organizzato dei corsi di formazione per chi vuole candidarsi alle prossime amministrative per insomma per fornire conoscenze di base sulla campagna elettorale, sulla struttura dei comuni e ne parleremo in diretta con Simone Egeri che è il direttore dell'Anci Toscana e poi insomma tante altre notizie, un'ampia pagina culturale con varie cose che riguardano il peci, che riguardano la la moda, che riguardano la mostra Pop Art Italia ehm ed anche insomma altre vicende però la storia iniziale la dedichiamo a un tema di grande attualità partendo da



"Prenditi cura di me"



Che cosa è successo? Donne e lavoro - 9 marzo 2024

UNA VITA TRA DUE RIVOLUZIONI.



un libro che è stato pubblicato da poco con la casa editrice luce ed è un libro che si occupa del futuro della mobilità, puntando molto l'attenzione sulla centralità della mobilità elettrica, tema che fa grandemente discutere di straordinarie attualità su cui le posizioni sono contrastanti, noi ne parleremo

Speaker 0: con l'autore del libro e professor Ugo Barti Ma non sono un'attività, una cosa come il cannibale È molto famosa e parzialmente programmabile Centigliela di ufficio Ora la sto usando, se voglio Yeah, yeah Allora, che cosa faccio? Dacci, mi puoi dire questo? Sto pensando e mi dici cosa pensi? Sono in un buio, guarda Slow me down if I get high EEEEEEEEEEEEEEE

Speaker 2: per la velocità cui viaggia la tecnologia sette anni equivalgono a settanta, sette anni sono a distanza tra questo libro, il precedente viaggiare elettrico sempre di Ugo Bardi uno dei maggiori esperti italiani della questione non non sono ora oramai sulla questione scientifica ma anche su quella sociologica no? Che si muove intorno alla mobilità elettrica il titolo del libro il futuro del trasporto come la mobilità elettrica cambia la nostra vite edito da Luce Edizioni.

Speaker 3: Buonasera al professor

Speaker 2: Ugo Bardi grazie di essere con noi. Buonasera. Tema quanto mai controverso professor Bardi. Perché innanzitutto il futuro del trasporto

Speaker 0: sarà elettrico secondo

Speaker 3: quella che è la sua lettura? Beh perché per delle ragioni evidenti che non possiamo evitare, non è tanto una questione di superiorità tecnologica del mezzo elettrico rispetto a quello a combustione è che il mondo quasi tutto sta scegliendo la direzione verso l'elettrico a partire da quei giganti tecnologici ed economici che sono la Cina, I paesi asiatici, l'Europa del Nord, perché ci sono dei vantaggi sia economici nel senso di rendere il paese indipendente dall'importazione di petrolio che è un peso spaventoso sulla bilancia dei pagamenti sia per la necessità di ridurre eliminare per quanto possibile l'inquinamento

Speaker 2: urbano che continua a fare grossi danni. Io le farò hm alcune domande che diciamo sono I luoghi comuni più comuni per per mh utilizzati da chi perplesso diciamo addirittura contrario a questa svolta. Il primo è il costo no? Delle auto elettrico, della mobilità elettrica costi che sono ancora molto alti e quindi tendenzialmente le persone sono refrattari ad

Speaker 3: acquistare un'auto elettrica perché costa tanto. Ma non è tanto questo il punto perché Ci sono due cose da dire su questa faccenda, la prima è che tutti I veicoli, gli automobili sono aumentati di costi negli ultimi anni, ma non poco, un buon 30-40%, se provate a cambiare la vostra macchina a motore termico con un'altra macchina a motore termico equivalente vi accorgete che non è più come prima, diventa un costo che non è detto che vi possiate permettere, se vi siete proprio tutti permettiti di comprarlo diciamo 5, 6, 10 anni fa adesso deve diventare un pochino più difficile. La macchina elettrica costa marginalmente di più di un veicolo equivalente al motore termico, ma è un risparmio perché costa molto meno di consumi e di manutenzione. Il problema giustamente, questo è stato detto ed è vero, che I costruttori non hanno lavorato sui veicoli a basso costo, veicoli più semplici, rotinarie per così dire. Questo è abbastanza inevitabile perché tutte le tecnologie nuove partono dall'alto per così dire si rivolgono inizialmente verso un mercato di persone che ehm hanno disponibilità economiche quindi parte di lì è come avrete notato qualche paio

### CONTRORADIO.IT (WEB)

Data 15-03-2024

Pagina

Foglio 4 / 16

di decenni fa a partire dai telefonini I telefonini sono poi erano partiti come un giocattolo per I ricchi fino a diventare

Speaker 2: nell'arco di dieci vent'anni. Ciale dice che capiterà

Speaker 3: lo stesso per per le auto elettriche. Assolutamente normale

Speaker 2: l'abbiamo visto per tantissimi prodotti della tecnologia. Allora l'altro elemento è il tema della sostenibilità no? Di tutto il il processo quindi l'approvvigionamento dell'elettricità per un

Speaker 0: caricare le auto elettriche

Speaker 3: e poi lo smaltimento delle batterie. Beh certamente se ne parla ma in realtà I problemi sono molto meno importanti di quanto non si parli non si dica l'Italia prodigiamo già oltre il quaranta per cento della nostra energia elettrica da fonti rinnovabili il che vuol dire che con uno sforzo non impossibile possiamo arrivare a produrne di più sempre da fonti rinnovabili ed è un vantaggio enorme della bilancia dei pagamenti del Paese è quello di potersi affrancare, noi importiamo quasi tutta la nostra energia per I trasporti veicoli, macchine, camion, autobus trasporti vari. Viene tutto dal petrolio. Petrolio che dobbiamo importare perché la nostra produzione è minimale riguardo rispetto a quello che consumiamo. Allora se noi riusciamo a produrre energia in casa è un

Speaker 2: vantaggio enorme. La nostra bilancia rinasce.

Speaker 3: E le batterie? Come le smaltiamo? Le batterie non le smaltiamo. Ah. Noi si batterie si riciclano.

Ah, ok. Quello è completamente diverso. Si smaltire, si smaltisce cose che non sappiamo riciclare. La plastica è una entità che inquina tremendamente e non sappiamo nemmeno bene come riciclarla se ci troviamo a doverla bruciare, buttare in discarica oppure ce la ritroviamo nel piatto, la buttiamo dove non lo dovremmo buttare ma le batterie no? Le batterie si riciclano, sono oggetti che si sa dove sono, si sa cosa c'è dentro, si sa, sono dentro dei contenitori metallici da cui non escono, li portiamo a un impianto di riciclaggio di riciclo e le facciamo di nuovo non non esiste il

Speaker 2: problema dello smaltimento di una cosa che non si smaltisce. Esiste però il problema è che queste

Speaker 0: auto prendono

Speaker 3: fuoco facilmente almeno così ci viene detto. Allora questa è una cosa interessante che tutti dicono così, dovremmo imparare da questa storia, da questa leggenda di come funziona la propaganda, che la propaganda prende un vantaggio di una cosa e lo fa diventare uno svantaggio, le macchine elettriche prendono fuoco molto meno, può succedere, perché questo non si trasvola, le gare, ma ci sono fattore venti di vantaggio, perché noi siamo abituati a andare in giro con 50 litri di benzina in osservatorio, avete visto come si prende fuoco una macchina, e se andate su YouTube trovate centinaia forse migliaia di filmati di macchine termiche che prendono fuoco succede succede. Anche io personalmente una delle mie vetture, una tranquillissima utilità a Fiat qualche anno fa a certo punto tre motivi storia deciso di prendere fuoco per fortuna

Speaker 2: per fortuna senza danni ma quindi lei dice non non

Speaker 3: c'è un maggior rischio da questo da questo punto di vista. Molto minore esiste perché le batterie sono una concentrazione di energia. La concentrazione di energia alle volte può essere rilasciata in modo violento e questo si chiama un cedio può succedere. Ci sono delle precauzioni normali che si fanno per cent'anni che noi conviviamo

Speaker 2: con la benzina, con i serbatoi di benzina. No no, chiaro chiaro. Allora stiamo parlando del professor Bardi perché ce l'hanno chiesto chi era intervistato, professor Gobardi, autore del libro Il futuro del trasporto come la mobilità elettrica cambierà la nostra vita ditto da Luce. L'ultima domanda che le faccio è relativo all'autonomia no? Perché anche questo è un tema importante cioè io se devo viaggiare per per viaggi lunghi

Speaker 3: come come faccio sistematicamente? Sì, questa è l'unica cosa in cui al momento le auto elettriche sono inferiori effettivamente alle auto termiche, perché una auto termica potrebbe tranquillamente un'autonomia di 7-800 km e noi sappiamo che più o meno dovunque vado in Italia trovo una stazione di rifornimento, 5.000 delle rifornisce di parte, al momento la macchina termica, a meno che non sia un modello molto costoso, può avere anche quella 7-800 km di autonomia, ma è uno spreco per molti di noi e anche un peso di batteria da portarsi dietro, ma con la macchina elettrica un altro dominio di uso, una macchina che viene usata per viaggi intorno ai 100-200 km non ci sono problemi, si possono fare anche viaggi molto lunghi ma siamo in un altro tipo di prodotto un oggetto che serve per altri commissioni doveva andare a Milano tutti i giorni io suggerirei di andare in treno che è tanto più comodo ma con

Speaker 2: la macchina elettrica non sarebbe comodissimo. Preservardi, grazie per naturalmente poi stanno arrivando diversi messaggi li leggeremo a vedremo insomma però grazie di tutti i chiarimenti che ci ha dato ripetiamo il titolo e libro per chi fosse interessato, volesse chiarirsi dei dubbi, futuro e trasporto come la mobilità elettrica cambierà la nostra

Speaker 3: la nostra vita. Buona serata e buon lavoro a lei professore.

Speaker 0: Grazie mille, grazie per l'attenzione. E che ti sono sentito. Sì, è un cognome difficile, intendo, diverse persone. Professore Ugo Bardi, il libro

Speaker 2: peraltro professore emerito di fisica chimica è uno della, abbiamo sentito spesso su queste frequenze per per quello che riguarda i temi che hanno a che fare con la scienza, la tecnologia non è nuovo insomma gli ascoltatori ehm più assidui di controllo lo lo ricorderanno. Il professor Hugo Bardi il titolo e libro il futuro del trasporto come la mobilità elettrica cambierà la nostra vita. Avventura interessante e comunque la si pensa avete sentito le risposte a quelle che sono le obiezioni più comuni per quello che riguarda le auto elettriche sono le diciotto e ventinove tra pochissima linea va a Milano per il poi torneremo in studio qui in diretta dalla Query contro Radio per la

Speaker 0: cronaca, la politica, eccetera, eccetera, eccetera. E

Speaker 4: le diciotto e trenta Popular Network buonasera, le notizie, le elezioni in Russia aperti i seggi per le presidenziali, è scontata la riconferma di Putin ma già nel primo giorno di voto si segnalano episodi di protesta, diversi manifestanti hanno versato colorante nelle urne a San Pietroburgo è stata lanciata una molotov davanti a un seggio nella regione Ukraine occupata di Cherson esplosa una bomba davanti a una delle sezioni elettorali. Putin denuncia, Kiev vuole intimidire gli elettori. Intanto in Ucraina cresce il numero delle vittime del

bombardamento russo su Odessa almeno venti morti, oltre settanta i feriti. Un attacco ignobile dice il presidente Zelensky. Il premier israeliano Netanyahu approva il piano per l'invasione di Gaza.

Gli Stati Uniti avvertono serve un progetto che protegga i civili. Il governo israeliano intanto ha respinto la proposta di tregua fatta da Amos ma annuncia che invierà comunque una sua delegazione in Qatar per proseguire i negoziati. A Gaza è arrivata la nave di Open Arms prima spedizione di aiuti verso la striscia attraverso un corridoio marittimo. L'ONG sta ora scaricando le duecento tonnellate di cibo per la popolazione. Naviga verso Ancona la Ocean Viking con quasi quattrocento naufraghi ammassati a bordo la notte scorsa l'ultimo salvataggio della nave umanitaria la ONG è disumano costringere i naufraghi a un percorso così lungo opposizione contro il Viminale.

Basilicata il campo largo nel caos, il PD nazionale insiste sul nome di Lacerenza che resta in gioco, calendar attacca il Movimento Cinque Stelle e dell'Ischlein Renzi appoggia il candidato della destra Vito Bardi. Salvini accantona la battaglia sul terzo mandato e prova a spedire zai in Europa ma il governatore Veneto risponde picche sul mio futuro, deciderò più avanti, cresce il

Speaker 0: malcontento della base in vista

Speaker 4: dell'Europa Queste altre notizie nel Giornale Radio, appuntamento alle diciannove e trenta. Tutti

Speaker 0: una buona

Speaker 2: serata e ci sentiamo più tardi. E allora come dicevamo la cronaca in apertura C'è una persona fermata per l'omicidio del Moldavo di diciannove anni accoltellato in largo Alinari nel centro di Firenze la notte scorsa tra il tredice e quattordici marzo si tratta di un senegalese di ventisei anni accusato di omicidio volontario un fermo della polizia giudiziaria Grazie alle telecamere di videosorveglianza cittadina gli investigatori della squadra mobile a Fiorentina hanno infatti individuato il presunto autore dell'omicidio come dicevamo un senegalese di ventisei anni che è sottoposto a fermo di polizia ha portato al caccio di Solliciano in attesa dell'udienza di convalida. L'accusa è quella di rapina e omicidio volontario. Era stato individuato dalla polizia dopo l'aggressione al dicianno venne in un'auto con altre cinque persone in via Denerli. I sei erano stati ascoltati come persone informate dei fatti per l'intera giornata di ieri poi la notte scorsa è scattato il fermo ed è stato sorpreso nei pressi del binario dodici della stazione di Santa Maria Novella con addosso una pistola rubata qualche grammo di marijuana l'intero bottino di una truffa ad anziani, un diciassettenne che è stato arrestato oggi dalla polizia ferroviaria di Firenze nel corso dei controlli all'interno dello scalo fiorentino, in tal do pomeriggio di oggi, l'attenzione degli agenti appunto è stata attirata dal giovane, le cui descrizioni corrispondevano a quelle di un presunta autore di un colpo su un'anziana messo a segno in giornata peraltro in Liguria con la cosiddetta truffa del falsavvocato Caraminieri poliziotti sono intervenuti e hanno arrestato il diciassettenne insomma la stazione Santa Maria Novella torna agli onori della cronaca per essere uno dei punti caldi sulla questione di sicurezza in città proprio lì in Largo Linaria nel pomeriggio il presidio da parte dei comitati che si occupano di sicurezza sono numerosi buonasera Fabrizio Carabba del comitato Borgogni

Speaker 3: Santi grazie di essere con noi. Buonasera

Speaker 2: buonasera a lei e tutti gli ha ascoltato il radio. Come mai avete deciso di ehm ehm

questo presidio che è stato se non sbaglio convocato

Speaker 3: diciamo proprio all' impronta no?

Speaker 2: Dopo il fatto di ieri.

Speaker 3: Sì sì sì. Cosa volevate dire di particolare? Beh ancora una volta la nostra indignazione contro una sicurezza che non c'è in città, aspettavamo il morto, non volevamo fare le cassandre prima ma purtroppo era quasi logico che si arrivasse anche a questo. Come dire signori ben arrivati siamo a Goa servirebbe un Batman che servirebbe lo cento da farvi girare nelle nostre strade. Mi guardavo e ci guardavamo l'interno e vedevamo una via nazionale che è imbarazzante dal suo scuola è diventato ormai una

Speaker 5: città

Speaker 2: sciatta piena di buche ehm ma questo da da che dipende? Ad esempio I Verdi oggi Europa Verde hanno diramato un comunicato stampa in cui chiamano in causa anche grandi stazioni, no? Cioè il fatto che il modello delle stazioni gli anni è cambiato, sono diventati dei piccoli centri commerciali di qualità diremo medio bassa. Probabilmente questo incide no Anche nella frequentazione per cui chiuso al centro commerciale

Speaker 3: tra virgolette diventa terra di nessuno no? Sono d'accordo ma per me diventano un mondo parallelo perché dovrebbero stare e come dico sempre a tutti state a contatto con la cittadinanza vera, venite a toccare il cuore vivo delle nostre strade, purtroppo il centro storico poi ormai è da due anni che ha sempre il quartiere 1, guardi che è un'assenza gravissima, commissariato, in un frangente come questo di sicurezza, aver avuto un quartiere come hanno invece nelle altri quartieri presidenti validi per noi è stata una mancanza incredibile. Vedi? Noi non cerchiamo qualcuno che risolva I nostri problemi. Cerchiamo però qualcuno che sia al nostro fianco

Speaker 2: quando dobbiamo affrontarli e non ce l'abbiamo. Siamo soli. Ah sindaco Nardella però anche oggi è tornato a intervenire e soprattutto ha chiamato il ministro

Speaker 3: piantandosi alle sue responsabilità e l'ho invitato in in città il prima possibile. Sa cosa le dico a questo proposito? Perché ormai è un discorrotto questo di chiamare il ministro dell'interno o mandargli un'email. Io sono un un dirigente d'azienda. Quando io ho un insoluto con un creditore che nonostante email o parole non mi risponde io prendo all'improvviso e mi

Speaker 2: presento al suo al suo ufficio al suo ehm quindi secondo lei è Nardella

Speaker 3: che deve andare da Piantedosi?

Speaker 2: Bravo, deve

Speaker 3: andare lì anche in un invitato guardi signor sindaco, lei non è stato invitato, Non hai fra I miei. Si mette a svegli. Con pazienza aspetta che è che al ministro

Speaker 2: lo fa rischiare sulla poltrona e non viene fuori. Ora non lo sape che Piantedosi poi gira molto anche l'Italia quindi magari va lì Nardelle non lo trova però al di là di queste amenità le volevo fare un'ultima domanda riguardo alla campagna elettorale perché chiaramente il tema della sicurezza è diventato uno dei temi fondamentali diciamo che nelle ultime campagne elettorali l'ho stato sempre ma quest'anno mi sembra in particolar modo.

### CONTRORADIO.IT (WEB)

Data 15-03-2024

Pagina

Foglio 8 / 16

Voi avete un po' timore che questo essere dentro la campagna editoriale poi tiri come dire ognuno tiri l'acqua al proprio mulino per cui centrodestra così centrosinistra così ma poi in fondo

Speaker 3: come dire problemi rimangono sul tappeto perché ha perfettamente toccato, ha perfettamente centrato l'argomento. È imbarazzante vedere tutti da estra a sinistra, cioè partono bene nelle loro interviste perché il Baurabasta con la sicurezza quella poi vota Antonio, Vota Antonio, vota me che io cambierò. E questo è purtroppo il refrè che ci sentiamo sentire, ci prendono in giro. È un discorso, è un disco rotto che non funziona ma noi non siamo scemi attenzione non si faccia vedere eravamo in quindici oggi no? Mmh.

Attenzione ma siamo I presidenti

Speaker 2: dei diciotto comitati e associazioni. Noi

Speaker 3: quindi dietro c'è una massa critica voi dite? Più noi rappresentiamo più di tre mila persone e siamo veramente arrabbiati

Speaker 0: ora non ne

Speaker 2: possiamo più. Caraba fermiamoci qui molto chiaro, molto chiaro tanto immagino ci sentiremo ancora in queste settimane speriamo di no perché

Speaker 3: converrebbe anentrambi nel senso che il problema non sarebbe più all'ordine del giorno. Esatto. Esatto. Il Borgoni Santi facciamo

Speaker 2: anche cose belle come nelle altre comunità.

Speaker 3: Sì sì ma infatti noi noi proviamo a raccontarlo come lei

Speaker 2: sa.

Speaker 3: Significativo Per I bambini di Gaza. Ma assolutamente. Abbiamo fatto la giornata della donna regalando nel novanta minuse ai nostri ottanti esercizi commerciali in

Speaker 2: Borgo di Santi. Quindi abbiamo sempre il sorriso Ma Lei sa che noi lei sa che noi su queste cose

Speaker 3: siamo attenti. Carabbala devo salutare perché abbiamo anche altri ospiti. Certo. A Firenze purtroppo in

Speaker 2: contro controbalzo non ci viene dato niente.

Speaker 0: Siamo suoli.

Speaker 2: Grazie. Buona serata. Buona serata. Ehm peraltro c'è da segnalare un altro caso di cronaca che riguarda un tentativo di violenza sessuale in un centro di accoglienza anche qui al resto di undiciassette per mesi nel centro di accoglienza avrebbe provato ad avvicinarla lei lo avrebbe sempre respinto un giorno il dicembre scorso dopo l'ennesimo periodo di approccio lei lo allontanato e denunciato ragazzo di diciassett'anni straniero ospite della struttura è stato arrestato dai carabinieri in esecuzione di una misura cautelare disposta al tribunale per I minori con l'accusa di violenza sessuale

Speaker 0: nei confronti

Speaker 1: di una donna di ventinove anni. Il libro della vita, la decima edizione dedicata alla memoria di Sergio Staino. La domenica mattina l'auditorio Roger Spiazza della Resistenza di Scandicci torna, la rassegna ideata è condotta da Raffaele Palumbo. Dieci appuntamenti in cui ospiti autorevoli raccontano il libro che ha segnato la loro esistenza. Programma completo sul libro della vita punto net e pagina Facebook il libro della vita.

Ingresso libero fino ad esaurimento posti. Domenica diciassette alle undici Susanna

Speaker 0: Camusso parla di

Speaker 6: Memorie di Adriano di Margheriti Olsenar. A Cango Cantieri Goldenetta Firenze la democrazia del corpo. Spettacoli e performance fino a maggio. Info, biglietteria, Chiacciola Virgilio Siani punto it. Sabato e domenica Monumentum Da di Cristina Cristal Rizzo con Diana Anselmo, performer sorda, un racconto del corpo che amplifica le possibilità della lingua dei segni una lingua viva corporea

Speaker 7: che non parla di margini ma di nuove forme Ciao sono Dario Nardella il vostro sindaco. Vi invito tutti e tutte venerdì ventidue marzo alle ore ventuno al Palazzo Vanni per festeggiare questi ultimi dieci anni che ho vissuto da sindaco e da cittadino insieme a voi per la nostra Firenze. Per questo vorrei dire grazie a tutti non con un

Speaker 0: evento politico

Speaker 7: ma una bella serata per salutarci. Grazie Firenze. Ci vediamo

Speaker 1: il ventidue marzo al Palazzo Vanni. Vi aspetto. Evento

Speaker 8: organizzato dalla associazione Punto Su Firenze.

Speaker 0: È dalla terra che si prende il volo.

Speaker 8: Per questo Toscana Aeroporti, insieme al Sant'Anna di Pisa, ha sviluppato un piano per la sostenibilità che include non solo interventi a favore dell'ambiente ma anche per la comunità, per l'inclusione e contro la violenza di genere. L'aeroporto sostenibile è il nostro impegno perché viaggiare sia sempre il più naturale dei desideri toscana aeroporti contro l'orario

Speaker 0: che non è un

Speaker 2: po' Dunque stanno arrivando

Speaker 3: diversi

Speaker 2: messaggi sulla questione della sicurezza e ehm come dire ehm noi li leggiamo I messaggi però sforzatevi anche voi di usare dei termini diciamo più consoni al taglio della della trasmissione perché come sapete non non amiamo esacerbare gli animi da queste parti per cui potete fare di meglio. Mettiamolo sì anche su un tema molto caldo come quello della sicurezza. Ni di gratis per oltre tredici mila bambini cresce la domanda di servizi per l'infanzia ad un anno dall'ancio la misura regionale produce effetti redistributivi istanzati quaranta

### CONTRORADIO.IT (WEB)

Data 15-03-2024

Pagina

Foglio 10 / 16

milioni di euro anche per il ventiquattro venticinque possono accedere al bando I nuclei familiari residenti in Toscana con bambini fino a tre anni e con I sei fino a trentacinquemila euro ma se questo sentiamo il presidente della regione Toscana Eugenio Gianni e l'assessore all'istruzione

Speaker 9: Alessandra Nardini intervistati da Sandra Salvatto. Nidigrancis è un'iniziativa che io ho voluto fortemente nel contesto degli investimenti con le risorse che sono un po' insieme fra Fondi Europei e risorse regionali per essere la scelta qualificante sul piano dei servizi in questa legislatura e devo dire che quattordici mila famiglie ne hanno goduto e il livello della Toscana rispetto alla popolazione 0 tre anni porta alla nostra regione al quarantaquattro per cento del servizio fornito rispetto alla media italiana del trentotto per cento. Siamo la regione che ci ha investito di più rispetto ai suoi abitanti e siamo la regione che si caratterizza quindi perché l'educazione possa da 0 fino a quando vi è un bisogno di formazione post universitario si inserisce in un contesto che è quello

Speaker 10: che la regione toscana è riuscito a creare. Stato approvato recentemente il nuovo bando per il prossimo anno educativo abbiamo stanziato quaranta milioni di euro sempre ovviamente risorse del fondo sociale europeo ventuno ventisette per garantire stabilità e la prosecuzione di una misura che giudichiamo una misura davvero fondamentale. Il nostro obiettivo quindi è quello di mettere al centro il diritto e l'uguaglianza per le bambine e per I bambini. Nell'ottica della scuola e quindi anche di servizi educativi che ci ha consegnato la visione di Don Lorenzo Milani, c'è anche un grande tema culturale. Noi dobbiamo lavorare per una più equa distribuzione del tempo di cura all'interno delle famiglie.

Il nostro obiettivo è quello di aver legato anche questa misura all'ISEE e lo abbiamo fatto in una visione di giustizia sociale. Non ci convincono le proposte avanzate anche dal livello nazionale cioè di legare maggiori contributi al fatto che ci siano almeno due bambine o due bambini all'interno di un nucleo familiare. Il nido gratuito o comunque una giovolazione non è un premio per le donne che danno un contributo e

Speaker 0: giudicato soddisfacente

Speaker 2: per la crescita della patria. La politica perché ieri l'associazione undici agosto il professor Tommaso Montanari era in delegazione a Livorno come vi abbiamo raccontato per incontrare la candidatella sinistra Barale sostenuto anche dai Cinque Stelle. È una situazione replicabile anche a Firenze nonostante che Conte Paia sia sempre più vicina a la Chiara Brilli lo ha

Speaker 11: chiesto proprio al professor Montanari sentiamo. E' incontro è stato molto bello, gremio, è pieno di persone che hanno in mente un'altra politica che non ce l'hanno solo in mente ma la fanno e la fanno un po' come come stiamo provando a farla con l'undici agosto cioè una politica che non è fatta soltanto di cartelli elettorali ma è fatta del tentativo di riportare le persone in un impegno diretto quotidiano per la politica che è fatta di idee ma non solo di idee. Da questo può nascere un impegno elettorale quando ci sono condizioni. All'ivorno

Speaker 12: quelle condizioni ci sono? Vediamo se ci saranno anche a Firenze. Sul territorio fiorentino però leggiamo PD Cinque Stelle Accordo Difficile, I pentastellati fiorentini incontrano conti a Roma, oggi assemblea cittadina appare quasi scontato che non si raggiunga un accordo un di dieci agosto con I Cinque Stelle ma è davvero così o ci sarà una scissione interna ai pentastellati? Davvero

Speaker 11: c'è una conflittualità ancora in divenire? Non mi permetto di dire che io al Movimento Cinque Stelle che cosa deve fare

Speaker 0: ma da persona che l'ha seguito fin dall'inizio e

Speaker 11: devo dire anche da elettore alle ultime politiche, elettore dichiarato, sarei sconcertato di un'alleanza con il PD a Firenze perché è con tutta evidenza il PD nazionale è in realtà due PD, cioè un PD nuovo che è quello che le persone che sono andate a votare l'Eashline alle primarie senza essere iscritti al partito avrebbero voluto, cioè un PD che tornasse che tornasse o diventasse davvero di sinistra e poi c'è un PD che soprattutto in terre come queste ma anche in Emilia è un PD che in realtà è un perno fondamentale di un sistema di potere il cui interesse è che non cambi nulla, è esattamente il contrario di un'idea di Finitra e d'altra parte Saraforano l'ha dichiarato l'unica discontinuità possibile è la destra. Allora è possibile che il Movimento Cinque Stelle si metta al servizio della continuità e di questa continuità, c'è lo vediamo Conte che fa campagna retartale per Nardella e al doppio turno, immagino, in trattativa con Renzi mi sembra molto inverosimile e mi chiedo quante persone poi potrebbero metterci in queste ma ripeto è una decisione che deve

Speaker 2: andare in movimento. Vediamo che decisione prenderà. Allora una campagna elettorale che è partita presto, molto presto con tante incognite ancora sugli schieramenti mancano dei candidati importanti, ad esempio manca il candidato del centrodestra Prato per dirne urna e del centrodestra a Firenze perché ancora non si sa nonostante il centrodestra avesse detto a suo tempo dichiarato entro i primi giorni di marzo sarebbe arrivato però però in vista le proprie lezioni amministrative l'Anci Toscana ha organizzato un corso di formazione per chi volesse candidarsi. Buonasera al direttore di

Speaker 0: Anci Toscana Simone

Speaker 3: Gheri. Grazie di essere con noi. Sì, abbiamo organizzato questa l'ha lanciato diciamo questi due corsi, queste due mezze giornate per coloro se si vogliono candidare che domani potrebbero sedere sui banchi dei Consigli comuni oppure fare gli assessori, oppure fare anche i sindaci, perché anche per approcciare la campagna elettorale bisognerebbe conoscere l'appicci di un di un comune. Quindi la prima giornata dedicata diciamo più alla campagna elettorale, all'uso dei social anche se posso dirlo? Cioè.

La campagna elettorale bisogna farla guardando negli occhi

Speaker 2: le persone, andando a giro, incontrandole. Lei lo può dire Gary però si sa che poi comunque i social hanno assunto un'importanza no? Sostanziale. Quindi è utile che insegnate a usare. Certo però dicevo è utile è utile che insegnate ad usare anche social perché alcune volte lo dico da così da osservatore esterno ad opinionista si vedono delle cose che sarebbe

Speaker 0: preferibile non

Speaker 3: vedere da candidati o da amministratori no? E poi la BC cioè come funziona un comune e in financo cioè sono proprio le le le norme più paratiliari perché poi una volta saranno eletti vi diremo proprio dei corsi specifici proprio di formazioni ma quello è un secondo momento. Ora Per per consentire a chi vuole fare la campagna elettorale di avere un po' di strumenti per poterla fare senza che mi è passato

Speaker 2: un termine poco scientifico parlare a bambera. È certo. Allora quattro aprile, ventitre aprile questo per dire è un'esigenza forse anche nuova, in senso che prima magari

### CONTRORADIO.IT (WEB)

Data 15-03-2024

Pagina

Foglio 12 / 16

c'erano le famose scuole di partito e ti preparavano. Oggi queste non ci sono più e quindi È chiaro che come lei ricordava un

Speaker 0: minimo di

Speaker 3: infallinatura almeno bisogna darla. Sì, ecco sì, prima c'erano le scuole e ora non ci sono più però comunque io penso che un minimo di preparazione ci debba essere. Poi uno impara più o meno velocemente però un minimo ci vuole e quindi abbiamo ritenuto opportuno provare a lanciare questa questa proposta e mi sembra che per ora sia ben abbiamo riscontrato un buon successo, abbiamo già un bel po di scritti e quindi può dire ce ne è bisogno e ancora siamo lontani e ancora non sanno ci saranno I candidati però lo abbiamo dovuto

Speaker 2: fare a frile perché altrimenti poi andiamo in campagna elettorale. Grazie a Simone Garima e naturalmente tutte le informazioni

Speaker 0: del sito

Speaker 3: del lancito Scana.

Speaker 2: Buonasera Grazie di essere stato con noi. Grazie a voi. Buonasera. Sono passati cinque anni dalla morte di Lorenzo Orsetti Orso aveva a trentatre anni quando il diciottomarto del duemiladicianone fu ucciso a Bagusi in Siria dove si trovava da un anno e mezzo come volontario a combattere le con le milizie kurde del epegè contro l'Isis. Questa mattina accompagnato dalla moglie Anna Lisa è venuta a trovarci ai nostri

Speaker 13: sud il padre Lorenzo di Lorenzo Alessandro Setti. Lorenzo è diventato intanto la suo il

Speaker 0: suo sacrificio, la sua la

Speaker 13: sua determinazione, la sua mmm il suo impegno nel sostegno alla lotta del confederalismo è diventato per molti un esempio da seguire di fronte a tutte le difficoltà e problemi che in questo mondo in questo momento Certanaglia e molti ragazzi, molti giovani dicono che da questo hanno presso poi anche ispirazione per la propria vita. Poi naturalmente tutta questa memoria, questo servizio in realtà continua a indicarci a tenerci vicino a una realtà, quella della Sida del Nordestre dove continua alla la guerra praticamente noi ne parliamo sempre meno ma lì dici a gennaio

Speaker 2: sono stati duzentotrentiquattro attacchi ci sono numerose iniziative per ricordare Lorenzo Orsetti domenica alle dieci e trenta appuntamento al cimitaro delle Porte Sante, Basile che Samminiato al Monte di Firenze alle tredici poi appuntamento alla Casa del Popolo Le Panche nel quartiere di Rifredi per un pranzo collettivo, un dialogo con Christian Raimo sulla Rivoluzione Curda, la Rivoluzione che serve lunedì poi nel giorno e quinta, anniversario proprio della morte di Lorenzo alle undici appuntamento al di Corsi, la Università di Firenze Polo Novoli delle Scienze Sociali, la conferenza le basi del confederalismo democratico e la la scienza della liberazione della donna. Future for Fashion duemilaventi quattro a Palazzo Pitti si concludono questa sera due giornate di confronto e riflessione tra I protagonisti della moda e della sua filiera, l'edizione dell'evento organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa. Quest'anno appuntati riflettori sul consumatore, cioè detentore del potere, del successo o meno del prodotto. Viola Giacalone ha raccolto per noi le voci del presidente di Confindustria Toscana Maurizio Bigazzi, direttore delle

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

gallerie degli uffici Simone

Speaker 9: Verde e Antonio De

Speaker 14: Matteis, presidente Pitti Immagine. È un momento difficile. Non a caso oggi parliamo di consumatori. Andiamo I consumi. Noi ci stiamo attrezzando finché I consumi

Speaker 0: siano indirizzati.

Speaker 3: Sempre in questo comparto da

Speaker 14: tenerlo alto perché alta l'importanza che noi rivestiamo in Toscana sul sistema moda. Speriamo che tutto vada bene e noi siamo ottimisti anche se il momento ha grande preoccupazione.

Speaker 15: Settore moda e settore culturale abbiamo subito lo stesso tipo di snobbismo e ostracismo dal punto di vista dei maggiori soggetti economici e anche politici e industriali dagli anni 80 agli anni 2000. Ricordo che nel momento della crescita del settore della moda in Italia, soprattutto I settori legati alla siderurgia, all'industria pesante, alla meccanica, guardavano alla moda con un certo tipo, con un certo snobbismo che in seguito si sarebbe rivelato totalmente infondato. Stessa cosa è per la cultura, ricordiamo tutti le battute con la cultura non si mangia ebbene in realtà sappiamo oggi che assolutamente con la terziarizzazione dell'economia che noi viviamo ogni giorno non è così.

Speaker 16: Quando io ero giovane c'erano tanti giovani che volevano aprire un negozio di abbigliamento saranno I costi ma come ha detto il sindaco Nardella, non è che tutti I negozi stiano a aprire via Tornabuni, si può fare il negozio di quartiere, crescere e secondo me la moda deve ripartire da là per dare grande slancio ai giovani, far innamorare I giovani del prodotto perché se loro si innamorano del prodotto in automatico ci saranno degli artigiani e dei giovani che si appassioneranno a

Speaker 2: fare il prodotto Veniamo alla mostra sessanta Pop Art Italia, una mostra che racconta la pop art in Italia degli anni sessanta, è composta da settanta opere in mostra aperta al pubblico dal sedici marzo fino al quattordici luglio al Palazzo Buon Talenti di Pistoia. Tutte le attività e le informazioni sono disponibili sul sito Pistoia Musei edu chiocciola Pistoia Musei

Speaker 17: punto it. Questo è la la mail. L'idea della mostra nasce dal fatto che sono sessant'anni da

Speaker 3: una storica biennale di

Speaker 17: Venezia che presentò sostanzialmente impose la pop-art americana in Italia e nel resto del mondo. La pop-art è stato uno dei movimenti artistici più importanti della seconda metà del secolo e anche in Italia ha avuto dei rappresentanti straordinari. Ci sono delle opere di Mimmo Rotella bellissime, un doppio ritratto diciamo così di Kennedy assolutamente imperdibile tra le tante, ci sono dei capolavori di Schifano che è stato probabilmente l'artista pop italiano più famoso. Manuararli tutti sarebbe un po' difficile ma davvero la scelta è stata fatta pezzo per pezzo. Ma poi io credo che la pop art sia anche importante ancora oggi, perché è un po' l'infanzia del nostro mondo.

Ci sono Marylin, James Bond, le automobili e poi c'è il mondo però invece che pare

antichissimo che in realtà è quello solo di mezzo secolo fa. Questi oggetti ipop sono un po' lo specchio di di quegli anni. Qualcuno è un po' più critico, qualcuno è un po' più favorevole come dire a questa questa società di massa nei

Speaker 2: consumi e nelle comunicazioni anche in Italia. Il Centro Perlati di Contemporaneo Luigi Pecci di Prato propone da domani sedici marzo fino al nove di giugno la prima retrospettiva di Alberto Volpi in un'istituzione italiana. La mostra ricostruisce la produzione del pittore modernista brasiliano nato a Lucca nel mille ottocentonovanta sei presentando una vasta sezione e suo repertorio pittorico insieme a una serie di documenti che ne attesta nel percorso artistico il ruolo centrale avuto nell'arte brasiliana del novecento. Stefano Collicelli Cagol, direttore del centro di

Speaker 5: arte contemporanea a Pecci, intervistato da Chiara Berilli. Fredo Volpi è uno dei più grandi artisti brasiliani che ha ispirato

Speaker 0: generazioni di pittori e non solo.

Speaker 5: È una figura che però è anche molto legata alla Toscana, visto che è nata a Lucca a fine 800 e poi è emigrato con la famiglia a San Paolo del Brasile, dove ha portato e si è immerso anche, è cresciuto ovviamente nella cultura anche materiale e le immagini del Brasile che ha portato, trasferito all'interno dei suoi quadri che poi conoscono però con il passare del tempo anche una trasformazione diventando sempre più astrati e imbevendosi anche della tradizione pittorica italiana da Giorgio de Chirico a Giacomo Balla, come Giotto, Margheritone,

Speaker 12: D'Arezzo, Paolo Uccello, fino ai grandi come Matisse. In questa sinergia anche con lo spazio Pecci,

Speaker 5: cosa spera che il pubblico porti a casa da questa esperienza? Ma come sia possibile mantenere il legame con la tradizione contaminandolo anche con quelle che sono delle esperienze che tutti noi ormai in questo mondo globalizzato stiamo facendo. Alfredo Volpi era un migrante quindi è stato qualcuno che ha lasciato la sua terra d'origine e si è rinventato la propria vita in un altro paese mantenendo però dei forti legami. Quindi in un momento in cui ci sono questi forti passaggi anche di immigrazioni, vedere come la contaminazione, l'incontro ma anche le proprie radici possono vivificare un immaginario nuovo inaspettato ma che allo stesso tempo ci trasporta e ci fa stare bene per me è è fondamentale e testimonia anche dell'importanza di un centro dell'arte contemporanea che guarda anche a queste figure che

Speaker 2: continuano a ispirare i giovani e le giovani generazioni. E ora ascoltiamo un'anticipazione del podcast di Contro Radio cosa è successo? Che potete ascoltare la versione integrale sabato alle tredici e quindici, replica la domenica diciassette e dieci sulle nostre frequenze naturalmente I streaming su Contro Radio punto it, sull'app Contro Radio e anche su Spotify e in questa puntata una notte per un permesso, Una lettera indirizzata al questore di Firenze chiede la drastica riduzione dei tempi di attesa per la consegna dei permessi di soggiorno. Una delle principali richieste da parte di ventuno organizzazioni del territorio della provincia di Firenze impegnata a vario titolo quotidianamente per la tutela dei diritti dei migranti dai minori non accompagnati ai richiedenti asilo fino a coloro che da anni oramai risiedono sul territorio fiorentino siamo andati in via della

Speaker 0: forza a

### CONTRORADIO.IT (WEB)

Data 15-03-2024

Pagina

Foglio 15 / 16

Speaker 3: vedere cosa succede sono negativo

Speaker 18: io da due a due anni lei a che

Speaker 0: ora è

Speaker 12: arrivata stamattina? Venti minuti però io solo per a preguntar si a stai a spronti un

Speaker 2: miso giorno

Speaker 19: solo è ancora non è spronti oh zio bella domanda. Questo è un altro un discorso molto molto molto difficile nel

Speaker 0: senso che

Speaker 19: allora tu vieni qui no tranquillamente però devi fare la corda ti danno appuntamento alle 9 e prima di arrivare ai uffici ti passano tre ore, quattro ore capito? E poi parla per bene no sto

Speaker 0: parlando come

Speaker 3: capito?

Speaker 14: È così è così è così non so cosa diti di più. Voi a cosa siete arrivati? Perché c'è

Speaker 19: gente che viene anche di notte per prendere il posto. Sì ma io sono a riva io la gente che non non vanno a prenotare no? Perché io ho prenotato vai alla

Speaker 0: tu prenoti ti danno

Speaker 19: l'adatto che deve essere qui e l'orario ti cerchi di venire a questo oro qua arrivi qui ti fanno entrare va beh non c'è problema con l'orario però deve aspettare un tonto di ore prima di risolvere il tuo problema è tutto qui io mio

Speaker 18: mio esperienza che

Speaker 0: ho avuto qui

Speaker 18: un'esperienza per me anche grande anche perché qui Cosura secondo me le cose li potrò venne migliorare capito? Perché noi abbiamo bisogno per messaggi di giorno, per lavorare, per vivere

Speaker 0: insomma ti ti da

Speaker 2: una cosa che ti serve per vivere. Due minuti dopo le diciannove le previsione del tempo per quanto riguarda la giornata di domani sulla Toscana, cielo che sarà inizialmente nuvoloso, molto nuvoloso con deboli, piogge sparsi in particolare sulle zone settentrionali schiarite anche ampie dal pomeriggio sulla fascia costiera e sul nord ovest ma con isolati rovesci nelle zone più interne. I venti sono meridionali deboli all'interno moderati sulla costa, ma ripoco mossi o mossi a nord di Caprai a temperature in aumento nei valori minimi massimi invece stazionari oppure il leve aumento. Grazie a Giustina per l'ottima regia la ritroverete in

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

conduzione fino al genere di popolari network delle

Speaker 3: 19 e tre.

Speaker 2: Una buona serata a tutti voi e un buon weekend.

Speaker 0: Da Domenico Guarino. Ciao ciao.

Speaker 1: Newsline sera"



Articolo precedente

Giornale radio nazionale del 15 Marzo 2024 17:30

Articolo successivo

Giornale radio nazionale del 15 Marzo 2024 18:30

### Abbiamo parlato di

Toscana Firenze Regione Toscana Comune di Firenze Giornale radio nazionale Newsline Dario Nardella  
 Coronavirus Toscana Eugenio Giani Covid-19 Gimmy Tranquillo Enrico Rossi Stefania Saccardi Comune di Prato Pisa  
 Comune di Pisa Arma dei Carabinieri Vigili del Fuoco Comune di Livorno Salt Peanuts

### Categorie

Toscana	27165
Cronaca	15992
Cultura & Spettacolo	3547
Politica	3478
Covid-19	2343
Sanità	2336

### CHI SIAMO

Controradio testata giornalistica radiodiffusa registrata presso il Tribunale di Firenze (n. 2483 - 31/03/1976)  
 Controradio Srl - via del Rosso Fiorentino 2/b - 50142 Firenze Tel 055.73.99910 P. IVA 03353190485

### SEGUICI



**CONTRORADIO**

162763

☰
🔍
**24** Moda
Economia e finanza

📘
✕
🌐
⋮

In evidenza
Criptovalute
Spread BTP-Bund
FTSE-MIB
Petrolio

24+
Abbonati
👤 Accedi

Pubblicità



**I NOSTRI VIDEO**



Chanel, Miu Miu e Vuitton chiudono le sfilate, Prada si avvicina ai 5



Le sfilate si spostano da Milano a Parigi



L'haul provocatorio del parlamentare Vermorel-Marques

Servizio Convegno a Firenze T

## La moda chiede al governo più sostegno: «Serve una nuova politica industriale»

I relatori della terza edizione del convegno "Future for Fashion", organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa e dal Centro di Firenze per la moda italiana (Cfmi) lanciano una richiesta di aiuto: «Sgravi fiscali, incentivi alle aggregazioni e per la formazione»

di Silvia Pieraccini  
15 marzo 2024



📌
🔊
Ascolta la versione audio dell'articolo

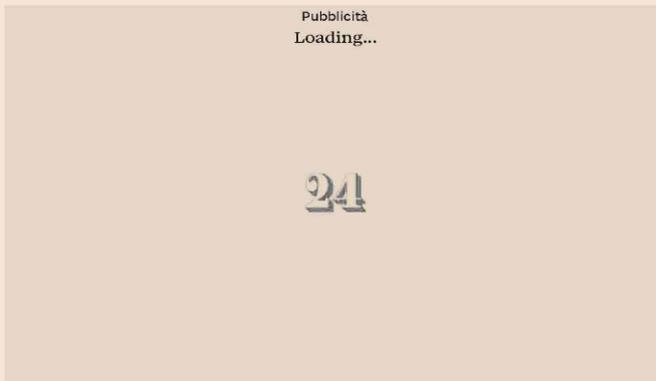
🗨️
🕒 2' di lettura

In una fase del mercato non brillante, pressata dall'aumento dei costi di produzione e dai cambi di gusti dei consumatori, il settore della moda torna a chiedere al governo una politica industriale per migliorare la competitività delle aziende e aiutarle a crescere in dimensioni e in valore, come ha fatto, guarda caso, la Francia.

Loading...

162763

Alla terza edizione del convegno "Future for Fashion", organizzato a Firenze, nella Sala Bianca di Palazzo Pitti, dalla neo-nata Confindustria Toscana Centro e Costa (Firenze, Livorno, Massa, Carrara) e dal Centro di Firenze per la moda italiana (Cfmi), i problemi delle filiere produttive si sono intrecciati con quelli della formazione (e dunque della difficoltà nel reperire personale) e con i rapporti di forza tra brand e fornitori. E dai relatori è arrivata la richiesta di aiuto.



«Ci aspetta un periodo impegnativo e sfidante – ha affermato Maurizio Bigazzi, presidente di Confindustria Toscana Centro e Costa - e mai come ora c'è bisogno di politica industriale per affrontare il futuro. Abbiamo bisogno di un sistema-Paese che sappia interfacciare l'innovazione continua delle aziende perché la manifattura è la sala macchine del Pil e del benessere. E la moda rappresenta quella "golden economy" che consentirà all'Italia, e a Firenze, di restare protagonisti nell'economia globale». Una strategia «per aiutare la manifattura e le catene di fornitura» è invocata anche da Flavio Sciuccati, senior partner di The European House-Ambrosetti e direttore della divisione Fashion e Luxury: «Ogni volta che vedo un brand italiano che prende la via dell'estero e va in un Paese diverso dalla Francia – ha spiegato – mi viene la tristezza. Servirebbe una regia del settore fatta dal governo, basta pensare al supporto che viene dato ai grandi gruppi francesi».

In Italia il supporto, secondo Sciuccati, servirebbe ad esempio per facilitare le aggregazioni tra piccole imprese: «A oggi queste aggregazioni non hanno alcun incentivo fiscale». Ne sa qualcosa Luca Sbrulati, amministratore delegato della torinese [Pattern](#) che è stata tra i primi ad aggregare aziende terziste con capitali propri «senza il sostegno di fondi d'investimento», ha spiegato sottolineando la «mancanza di una politica industriale» per cercare di mantenere le capacità artigianali e stimolare le nuove capacità digitali.

**LAB24 Fast Fast Fashion**  
Scopri di più →



**Consigli24 I**

migliori consigli su prodotti di tecnologia, moda, casa, cucina e tempo libero  
Scopri di più →



La valorizzazione delle capacità artigianali tocca da vicino anche un produttore tessile come la pratese [Manteco](#): «Il governo potrebbe aiutarci a snellire la burocrazia – ha detto il ceo Matteo Mantellassi – e potrebbe aiutare con sovvenzioni e detassazioni nella valorizzazione dei mestieri artigiani». Quei mestieri che i giovani, è stato il leit motiv del convegno, non vogliono più fare, e che invece, come ha spiegato Stefania Lazzaroni, direttrice generale di [Altagama](#), saranno molto richiesti nei prossimi anni dal settore del lusso: «Sarebbe bello se tutti insieme creassimo una campagna sull'intelligenza artigianale per promuovere i mestieri della moda», ha detto.

Il convegno, infine, ha offerto anche l'occasione agli studenti delle scuole di moda di confrontarsi con esperti del settore (Sara Sozzani, Matteo Ward e Angelo Figus) e condividere progetti e tendenze moda.

Riproduzione riservata ©

### Consigli24: idee per lo shopping

[Scopri tutte le offerte →](#)

Ogni volta che viene fatto un acquisto attraverso uno dei link, Il Sole 24 Ore riceve una commissione ma per l'utente non c'è alcuna variazione del prezzo finale e tutti i link all'acquisto sono accuratamente vagliati e rimandano a piattaforme sicure di acquisto online

ARGOMENTI [politica industriale](#) [Francia](#) [Firenze](#) [Confindustria](#) [Italia](#)

### Per approfondire

**24** Lavoro, il lusso a caccia di 346mila tecnici ma uno su due non si trova

**24**

loading...

Loading...

### Brand connect

Loading...

### I prossimi eventi

**24 ORE**  
EVENTI

# La moda scommette sul domani A Firenze torna 'Future for fashion'

«La ripartenza di questo territorio passa dal bello e dal ben fatto». Numeri, prospettive e impegni

di **Eva Desiderio**  
 FIRENZE

«Il 2023 non è stato un anno facile per il settore della moda. L'euforia post Covid del 2022 si è esaurita, il clima sociopolitico internazionale è cupo, e questo 2024 non sembra essere partito al meglio. L'export toscano della moda è calato del 9% e serve una strategia di rilancio per i nostri territori soprattutto per arginare il rallentamento nella pelletteria», dice Maurizio Bigazzi, presidente di Confindustria Toscana Centro e Costa aprendo i lavori della terza edizione di 'Future for fashion', incontro annuale promosso dalla stessa Confindustria e dal Centro di Firenze per la Moda Italiana. «Questo periodo - continua Bigazzi - è impegnativo e sfidante, che riguarda da noi 15.000 imprese e 100.000 occupati per oltre 14 miliardi di prodotti fashion prodotti in Toscana. E la ripartenza di questo territorio passa dal

**BIGAZZI (CONFINDUSTRIA)**  
**«Un periodo sfidante, che riguarda da noi 15.000 imprese e 100.000 occupati per oltre 14 miliardi di prodotti»**



Antonio De Matteis, presidente di Pitti Immagine, Antonella Mansi, presidente del Centro di Firenze per la Moda Italiana, e Maurizio Bigazzi, presidente di Confindustria Toscana Centro e Costa

bello e dal ben fatto che sono le nostre eccellenze». Per Bigazzi serve un sistema Paese che torni alla politica industriale e punti sulla formazione dei giovani nel manifatturiero.

«L'anima del consumatore» è il titolo del convegno che si conclude stamani e che per la seconda volta si tiene nella Sala Bianca di Palazzo Pitti, là dove nel luglio 1952 sfilò per la prima volta l'alta moda italiana col tocco magico di Giovan Battista Giorgini. Una storia, questa del-

la Sala Bianca, ricordata da Simone Verde, che ha debuttato in pubblico come direttore degli Uffici proprio ieri pomeriggio, ricordando come moda e cultura abbiano una relazione strettissima. «Nulla come la moda - ha detto Verde - riesce a riesce a trasferire nel mondo la civiltà e Palazzo Pitti è un monumento della cultura europea. Perciò lavoriamo tutti insieme, specie con Confindustria come ho già fatto nel mio incarico precedente a Parma».

Molto appassionato l'intervento di Antonio De Matteis, presidente di Pitti Immagine e Ceo di Kiton, che ha esortato i giovani a tornare ad amare i bei prodotti, del cibo come della moda, ad aspirare a fare una giacca o una camicia, ad aprire una bottega. «Noi reagiremo ai tempi bui che viviamo - dice De Matteis - io sono molto positivo. Bisogna tornare a parlare di qualità di prodotto e di valore degli artigiani che lo fanno. E ai giovani dico di credere in se stessi, di lavorare tanto, di non dormire la notte se si ha un progetto».

Poi sono intervenuti al convegno anche Massimiliano Giornetti, direttore di Polimoda, Attila Kiss, ad del Gruppo Florence, Stefania Lazzaroni, direttore generale Altagamma, Christian Tubito, direttore Material Innovation Lab di Kering. Prima volta da amministratore delegato di Officina Santa Maria Novella per Giovanna Paoloni, da tre mesi nell'azienda acquistata dalla famiglia Pesenti. «Il nostro heritage è grande, non c'è futuro senza passato - ha detto Giovanna Paoloni - e i giovani che entrano in via della Scala cercano la nostra storia. Puntiamo sempre più sull'internalizzazione del brand anche perché il 40% del nostro business lo facciamo già all'estero».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**IL SINDACO NARDELLA**

**«Dobbiamo passare dai distretti produttivi ai distretti formativi»**

All'apertura di 'Future for fashion' è stato il sindaco di Firenze Dario Nardella, citando Roland Barthes, a dire che «la moda è linguaggio», crea il costume e la storia, è socialità e cultura. Plaude Nardella al fatto che in Sala Bianca ci siano tanti giovani (impegnati a porte chiuse in tavole rotonde coordinate da Sara Sozzani Maino, Matteo Ward e Angelo Figus) delle principali scuole di moda fiorentine. «Il desiderio di essere deve prevalere sull'avere - dice Nardella - allora la moda diventa esperienza e sogno. Intorno alla moda toscana e fiorentina c'è la grande filiera delle scuole che come satelliti girano intorno al sistema. Oggi dobbiamo passare dai distretti produttivi ai distretti formativi. I tempi sono maturi e si deve cominciare dalla scuola elementare e media a parlare di moda e dei mestieri collegati. Serve anche una nuova generazione di manager. Firenze deve essere una città viva, non schiava del consumismo».



162763

# la conceria

ATTUALITÀ E APPROFONDIMENTI DAL MONDO DELLA PELLE

## LINEAPELLE Magazine

OLTRE LA FIERA UN MONDO DI IDEE

HOME SEZIONI [CONCERIA](#) [CALZATUR](#) [PELLETTERIA](#) [LUSO](#) [MODA](#) [MATERIA](#)  
PRIMA

TECNOLOGIA [A NOSTRA](#)  
STORIA

ARCHIVIO  
RIVISTE

Cerca nel sito ...



You are in: Home » Sostenibilità » Kering: “Il problema delle alternative alla pelle? Il poliuretano”

## Kering: “Il problema delle alternative alla pelle? Il poliuretano”



15 Mar 2024



Sostenibilità : Pelle

La ricerca di **materiali alternativi e innovativi** per Kering ha un **nemico numero uno**: il **poliuretano**. A dichiararlo è stato **Christian Tubito**, direttore del **Material Innovation Lab (MIL)** del gruppo del lusso, nell'ambito dell'evento **Future for Fashion** (14-15 marzo a Firenze). L'hub che Tubito dirige si occupa di "supportare i marchi del gruppo nello sviluppare materiali alternativi e sostenibili", come spiega lui stesso. "Per definire cosa sia sostenibile abbiamo una serie di certificazioni a cui facciamo riferimento", specifica. Ma la notizia, al di là di tutto, è **l'ammissione pubblica di una realtà già ben nota nel settore**. **"Il materiale più complicato a cui trovare un'alternativa è il poliuretano"**.

### Il poliuretano non è riciclabile

Quando la moderatrice dell'evento, la giornalista **Maria Silvia Sacchi**, chiede a Tubito di spiegare **l'utilizzo del poliuretano** ai giovani in collegamento con il live streaming mandato in onda su Vanity Fair Italia, il direttore del MIL di Kering fa riferimento alle imitazioni della pelle. "È il materiale che viene utilizzato dei materiali tipo simil pelle, quella che è chiamata **vegan leather**, termine che a me non piace" e che, soprattutto, è **vietato per legge**. L'outing più sostanziale arriva, però, in chiusura di intervista. "Si stanno cercando delle alternative – afferma –, ma è molto difficile perché, anche se spesso c'è un match con materiali di origine vegetale, **la difficoltà è che il poliuretano non è**

IL MENSILE DELL'AREA PELLE  
Numero 3

[accedi / abbonati](#)



## NEWSLETTER

Tutta l'attualità dell'area pelle, da lunedì a sabato.

[ISCRIVITI ORA](#)

riciclabile”.

### Material Innovation Lab

L'hub di Kering (nella foto, tratta da [kering.com](https://www.kering.com)) dedicato ai materiali ha il ruolo di vagliare le novità, le start up innovative che propongono soluzioni per quanto riguarda appunto i materiali. L'obiettivo è individuare i progetti più interessanti "per evitare che si perda tempo con **idee che poi non sono sostenibili** – spiega Tubito – sia da un punto di vista ambientale, ma anche finanziario". **Cosa sta cercando Kering** in ambito materiali? "Io credo molto in tutte le innovazioni che prediligono **la riduzione delle risorse**, come acqua o prodotti chimici". Tra i progetti che Tubito preferisce c'è anche **il riciclo chimico**. "Credo molto nel futuro del riciclo chimico – spiega -. Ci sono delle tecnologie, ad esempio, che sono in grado di riciclare dei tessuti per ottenere nuove fibre che mantengono la qualità. Una soluzione che ci è molto utile".

#### Leggi anche:

- [Perché gli investimenti in materiali next gen rallentano](#)
- [Più green della pelle? Ma va! FineWoven è un derivato del petrolio](#)
- ["Nessun materiale alternativo è biodegradabile come la pelle"](#)
- [Oltre 26.000 lettori per lo studio di FILK: la verità sulla pelle](#)

TRENDING

loading...it

### TI POTREBBE INTERESSARE

SOSTENIBILITÀ

SOSTENIBILITÀ

SOSTENIBILITÀ

🕒 14 Mar 2024 📌 Premium

Ceccardi: il Regolamento Deforestazione UE, un grave errore

🕒 13 Mar 2024

La trasparenza tocca a tutti: "Inditex dica i nomi dei fornitori"

🕒 1 Mar 2024

Eppur si muove: impegno regionale per il depuratore di Solofra

# la conceria

ATTUALITÀ E APPROFONDIMENTI DAL MONDO DELLA PELLE

## LINEAPELLE Magazine

OLTRE LA FIERA UN MONDO DI IDEE

HOME SEZIONI **CONCERIA** CALZATURA PELLE LETTERA & UOMO MODA MATERIA  
PRIMA

TECNOLOGIA NOSTRA  
STORIA

ARCHIVIO  
RIVISTE

Cerca nel sito ...



You are in: Home » formazione » Servono politiche industriali e commerciali per parlare ai giovani

## Servono politiche industriali e commerciali per parlare ai giovani



15 Mar 2024  Premium



**Formazione** : Toscana

Come parlare ai giovani? È il focus della terza edizione di Future For Fashion, dal titolo "L'anima del consumatore". La manifestazione è cominciata il 14 marzo nella Sala Bianca di Palazzo Pitti a Firenze per proseguire il 15 con una seconda giornata di lavori. L'evento vede alternarsi sul palco imprenditori e professionisti di brand e...

ACCEDI PER CONTINUARE A LEGGERE

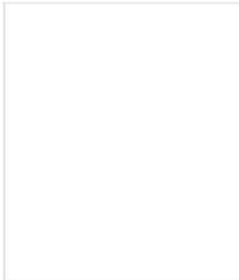
Scopri l'abbonamento che fa per te tra le nostre proposte

ACCEDI

ABBONATI

IL MENSILE DELL'AREA PELLE  
Numero 3

accedi / abbonati



### NEWSLETTER

Tutta l'attualità dell'area pelle, da lunedì a sabato.

ISCRIVITI ORA

Eventi

## La filiera moda chiede una politica industriale

Il tema è emerso durante Future for fashion a Firenze «Bisogna valorizzare l'intelligenza artigianale», spiega Stefania Lazzaroni di Altagamma. **Matteo Minà (Firenze)**

**S**ui temi della formazione e della valorizzazione della manifattura italiana, ma soprattutto della necessità di una politica industriale, si è parlato ieri a Firenze durante la prima giornata di **Future for fashion**, convegno in scena fino a oggi in Sala Bianca di Palazzo Pitti, organizzato da **Confindustria Toscana centro e costa** e dal **Centro Firenze per la moda italiana**. Come ha spiegato **Maurizio Bigazzi**, presidente di Confindustria Toscana centro e costa: «Mai come ora c'è bisogno di una politica industriale per non restare impantanati nel presente. In Toscana c'è la forza di un settore che rappresenta il 24% degli addetti di tutto il sistema moda italiano, con 15mila imprese che danno lavoro a oltre 100 mila persone. Vendiamo all'estero prodotti moda per circa 14 miliardi e nella pelletteria il 40% dell'export parte dalla nostra regione». Sempre sul tema **Flavio Sciuccati**, senior partner **The European House Ambrosetti** ha aggiunto: «Quello che non capiamo come paese è che serve una strategia non solo per declamare la manifattura ma anche per aiutarla. Questo è un tema paese, quindi del governo». Della necessità di coinvolgere i giovani ai mestieri artigianali del lusso ha parla-



Un momento di Fashion for future

to **Stefania Lazzaroni**, direttrice generale di **Altagamma**: «Secondo uno studio con **Unioncamere** mancheranno 346mila persone nei prossimi cinque anni in cinque settori dell'alto di gamma e ne riusciremo a trovare solo il 50% se andiamo avanti così. Dobbiamo sensibilizzare la famiglie a partire dalle scuole medie e anche usando nuovi canali». La stessa ha poi aggiunto: «Lancio un appello coinvolgendo **Cnmi** e **Confindustria** per avere una regia comune per la valorizzazione di questi mestieri. Sarebbe bello se creassimo una campagna nazionale ed europea sull'intelligenza artigianale». Sul futuro delle aggregazioni di filiera si è invece soffermato **Attila Kiss**, ad di **Gruppo Florence**: «Il vantaggio che porta l'aggregazione non è sul potere contrattuale, ma il focus è la domanda di servizi che i più piccoli non possono dare, e per questo serve l'aggregazione». Lo stesso Kiss ha poi spiegato a **MFF**: «Con l'ingresso del nuovo equity (**Permira**, ndr), abbiamo spostato la quotazione, ma credo che il viaggio ci porterà a questo. Sul fronte dei nuovi ingressi nel gruppo, quest'anno prevediamo che accada quello che è successo nei precedenti», ha poi aggiunto Kiss, alludendo a possibili nuovi deal a breve. (riproduzione riservata)



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

162763

## La filiera moda chiede una politica industriale

Il tema è emerso durante Future for fashion a Firenze «Bisogna valorizzare l'intelligenza artigianale», spiega Stefania Lazzaroni di Altagamma

di MATTEO MINÀ (FIRENZE)

TEMPO DI LETTURA 2 MIN

LEGGI DOPO



Un momento di Fashion for future

Sui temi della formazione e della valorizzazione della manifattura italiana, ma soprattutto della necessità di una politica industriale, si è parlato ieri a Firenze durante la prima giornata di **Future for fashion**, convegno in scena fino a oggi in Sala Bianca di Palazzo Pitti, organizzato da **Confindustria Toscana centro e costa** e dal **Centro Firenze per la moda italiana**.

Come ha spiegato **Maurizio Bigazzi**, presidente di Confindustria Toscana centro e costa: «Mai come ora c'è bisogno di una politica industriale per non restare impantanati nel presente. In Toscana c'è la forza di un settore che rappresenta il 24% degli addetti di tutto il sistema moda italiano, con 15mila imprese che danno lavoro a oltre 100 mila persone. Vendiamo all'estero prodotti moda per circa 14 miliardi e nella pelletteria il 40% dell'export parte dalla nostra regione». Sempre sul tema **Flavio Sciuccati**, senior partner **The European House Ambrosetti** ha aggiunto: «Quello che non capiamo come paese è che serve una strategia non solo per declamare la manifattura ma anche per

CONDIVIDI

Pubblicità

LE NOTIZIE PIÙ LETTE



❖ Business

Lvmh guida la normalizzazione del lusso, Kering è al giro di boa

Federica Camurati



❖ Business

Autry, l'azienda di sneakers passa a Style capital per 320 milioni

Tommaso Palazzi

aiutarla. Questo è un tema paese, quindi del governo».

Della necessità di coinvolgere i giovani ai mestieri artigianali del lusso ha parlato **Stefania Lazzaroni**, direttrice generale di **Altgamma**: «Secondo uno studio con **Unioncamere** mancheranno 346mila persone nei prossimi cinque anni in cinque settori dell'alto di gamma e ne riusciremo a trovare solo il 50% se andiamo avanti così. Dobbiamo sensibilizzare la famiglie a partire dalle scuole medie e anche usando nuovi canali». La stessa ha poi aggiunto: «Lancio un appello coinvolgendo **Cnmi** e **Confindustria** per avere una regia comune per la valorizzazione di questi mestieri. Sarebbe bello se creassimo una campagna nazionale ed europea sull'intelligenza artigianale».

Sul futuro delle aggregazioni di filiera si è invece soffermato **Attila Kiss**, ad di **Gruppo Florence**: «Il vantaggio che porta l'aggregazione non è sul tanto potere contrattuale, ma il focus è la domanda di servizi che i più piccoli non possono dare, e per questo serve l'aggregazione». Lo stesso Kiss ha poi spiegato a **MFF**: «Con l'ingresso del nuovo equity (**Pemira**, ndr), abbiamo spostato in avanti la quotazione, ma credo che il nostro viaggio ci porterà comunque a questo. Sul fronte dei nuovi ingressi nel gruppo, quest'anno prevediamo che accada quello che è successo nei precedenti», ha poi aggiunto Kiss, alludendo a possibili nuovi deal a breve. (riproduzione riservata)



❖ Nomine

**Eto**, l'attore **Ren Jialun** è il nuovo global brand ambassador

Matteo Zhu



❖ Business

**Mango** supera i 3 miliardi (+20%) trainato dal womenswear (+15%)

Matteo Zhu

Pubblicità



MFF - NUMERO 054 PAG. 27 DEL 15/03/2024



Pubblicità

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

OGNI UOVO CUSTODISCE UN SOGNO,  
AIUTACI A REALIZZARLO

#magisublimeipassati

55



15 • 16 • 17 MARZO

Scegli un uovo AIL e sostieni la ricerca scientifica sui tumori del sangue.



RADIO  
WOW



WOW MAGAZINE - GOSSIP

## FUTURE FOR FASHION 2024: LE FOTO DEI PROTAGONISTI

Postato da **Redazione Radio WOW** il 15 Marzo 2024



Due giorni di **conversazioni, analisi e dibattiti**. È calato il sipario su **Future For Fashion 2024**, l'evento organizzato da **Confindustria Toscana Centro e Costa** che, come le precedenti due edizioni, ha stimolato una profonda riflessione **sul futuro della moda e del Made in Italy**. Una riflessione corale grazie alla **voce dei protagonisti** del settore e della sua filiera, che si sono alternati sul palco della Sala Bianca di Palazzo Pitti, a **Firenze**.

Riflettori puntati, quest'anno, su **«L'anima del consumatore»**, colui che detiene il potere del successo – o dell'insuccesso – di un prodotto o di un brand. I talk, moderati da **Simone Marchetti** (Direttore Editoriale Europa Vanity Fair e Direttore Vanity Fair Italia) e **Maria Silvia Sacchi** (Fondatrice The Platform, Fashion Industry Insights), hanno ospitato **imprenditori, manager, stilisti, istituzioni pubbliche e private**.

Oltre agli approfondimenti su come siano cambiate **le esigenze, i comportamenti e le scelte** dei consumatori, a Future For Fashion 2024 si è svolta **un'attività speciale** con le scuole di moda presenti sul territorio: **Sara Sozzani Maino, Matteo Ward e Angelo Figus** hanno infatti coordinato **tavole rotonde** con studenti che hanno prima condiviso i loro progetti e poi, il giorno successivo, **li hanno presentati**. L'obiettivo? La condivisione di spunti e idee con **i futuri protagonisti del mondo fashion**.

L'articolo originale **Future For Fashion 2024: le foto dei protagonisti** lo potete trovare al seguente **Link**

### #WOW MAGAZINE

**Future For Fashion 2024: le foto dei protagonisti**

**Torna Call My Agent: le foto dal red carpet**

**Kate Middleton si unirà alla famiglia reale per la messa di Pasqua?**

**Giulia De Lellis e la lezione alla Bocconi: «Per fare l'influencer serve preparazione, anch'io ho commesso errori e ho chiesto scusa»**

**Chiara Ferragni ha una nuova strategia social**

### NOW ON AIR

ARYFASHIONLAND

www.aryfashionland.it

**ARYFASHIONLAND**

Con AryFashion

Musica curiosità, nuove tendenze, dalla moda ai social

# FUTURE FOR FASHION

2024



## RIMETTERE IL CONSUMATORE AL CENTRO DEL SETTORE MODA



Rtv38

26.500 iscritti

Iscriviti

0



Condividi

Salva



[>>> CLICCA QUI PER VISUALIZZARE IL VIDEO<<<](#)

15 MARZO 2024

SEGUICI SU 



IL QUOTIDIANO ECONOMICO TOSCANO

 CERCA

 SALVATI  LOGIN/REGISTRATI

IMPRESA INNOVAZIONE FORMAZIONE FINANZA TERRITORIO RUBRICHE | TOP AZIENDE

TOP AZIENDE

CONDIVIDI



SALVA PER DOPO

Articoli Correlati

TERRITORIO

**Vino: i produttori di Riparbella si associano (per marcare la differenza con Bolgheri)**

[Leggi tutto →](#)

TERRITORIO

**Future for Fashion, voglia di rilanciare il modello Firenze**

[Leggi tutto →](#)

TERRITORIO

**Camera di Commercio di Firenze, accordo sulla legalità**

[Leggi tutto →](#)

## Future for Fashion 2024, un cantiere di futuro

**“Il consumatore contemporaneo non viene più soddisfatto dall’eccellenza ma cerca la sostenibilità” afferma il ministro Urso.**

15 MARZO 2024  1 min read

162763



Antonella Mansi

“Un cantiere di futuro”. Così Antonella Mansi, presidente del Centro di Firenze per la moda italiana, ha definito [la due giorni di Future for Fashion 2024](#) che si è chiusa oggi a Palazzo Pitti. Una kermesse serrata che ha visto partecipare nomi ed eccellenze del mondo della moda come l'amministratore delegato di Dolce & Gabbana. Infiniti gli input in un melting pot di suggestioni e idee per il futuro.

È intervenuto con un messaggio anche il ministro delle Imprese e del Made in Italy Adolfo Urso che ha spiegato come “il consumatore contemporaneo non viene più soddisfatto solo dall'eccellenza da sempre garantita dal Made in Italy, ma ricerca la bellezza che oggi include anche la sostenibilità. Nell'ambito di un'epoca segnata da rapidi e profondi cambiamenti, il comparto della moda sostenibile emerge come faro di innovazione in grado di guidare la transizione ecologica, rinnovando i modelli produttivi e portando messaggi di valore”.

### Il ministro Urso: “Grande attenzione al comparto”

Il ministro, che non ha potuto partecipare a causa di concomitanti impegni istituzionali, ha voluto ricordare che il “Mimit da subito ha posto grande attenzione al comparto che rappresenta il secondo settore manifatturiero: grazie all'unicità delle sue filiere fatte di grandi e piccole aziende radicate sul territorio, genera quasi 100 miliardi di euro di fatturato all'anno ed esporta il 70% della produzione”. Ricorda anche di aver “dedicato al settore un tavolo con associazioni imprenditoriali e organizzazioni sindacali per definire una strategia comune di rilancio” e le misure della legge sul Made in Italy: “dalla valorizzazione delle filiere delle fibre tessili naturali e della concia della pelle, al Fondo speciale per la transizione verde e digitale nella moda”, fino al rafforzamento alla lotta alla contraffazione, all'istituzione del Liceo del Made in Italy e della Giornata del Made in Italy celebrata ogni anno il 15 aprile”. (sg)

CONDIVIDI



POTREBBE INTERESSARTI ANCHE

MODA

162763

## Future For Fashion 2024: le foto dei protagonisti

Vanity Fair Italia

Imprenditori, manager, stilisti, istituzioni pubbliche e private: tutti gli ospiti della terza edizione dell'evento di Confindustria Toscana Centro e Costa, andato in scena nella Sala Bianca di Palazzo Pitti. Per una riflessione corale su

«L'anima del consumatore»



CLARA VANNUCCI

Due giorni di conversazioni, analisi e dibattiti. È calato il sipario su Future For Fashion 2024, l'evento organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa che, come le precedenti due edizioni, ha stimolato una profonda riflessione sul futuro della moda e del Made in Italy. Una riflessione corale grazie alla voce dei protagonisti del settore e della sua filiera, che si sono alternati sul palco della Sala Bianca di Palazzo Pitti, a Firenze.

Riflettori puntati, quest'anno, su «L'anima del consumatore», colui che detiene il potere del successo - o dell'insuccesso

- di un prodotto o di un brand. I talk, moderati da Simone Marchetti (Direttore Editoriale Europa Vanity Fair e Direttore Vanity Fair Italia) e Maria Silvia Sacchi (Fondatrice The Platform, Fashion Industry Insights), hanno ospitato imprenditori, manager, stilisti, istituzioni pubbliche e private.

Oltre agli approfondimenti su come siano cambiate le esigenze, i comportamenti e le scelte dei consumatori, a Future For Fashion 2024 si è svolta un'attività speciale con le scuole di moda presenti sul territorio: Sara Sozzani Maino, Matteo Ward e Angelo Figus hanno infatti coordinato delle tavole rotonde con gli studenti su tre specifici temi, poi - il giorno successivo - c'è stata la portfolio review. L'obiettivo? La condivisione di spunti e idee con i futuri protagonisti del mondo del fashion.



CLARA VANNUCCI

Dario Nardella

Sindaco di Firenze

# FUTURE FOR FASHION

2024



CLARA VANNUCCI

Maurizio Bigazzi

Presidente di Confindustria Toscana Centro e Cota, Presidente di Confindustria Toscana



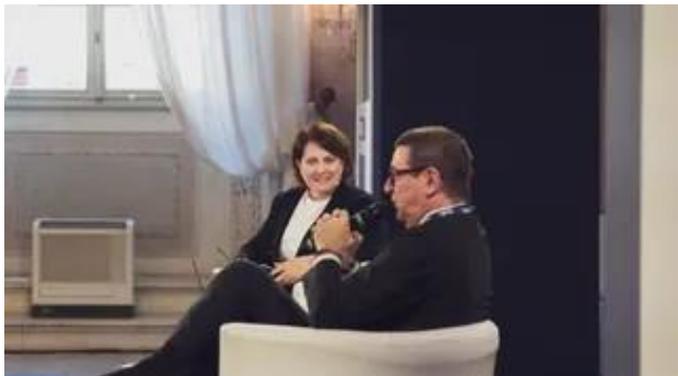
CLARA VANNUCCI

Simone Marchetti

Direttore Editoriale Europa Vanity Fair e Direttore Vanity Fair Italia

# FUTURE FOR FASHION

2024



CLARA VANNUCCI

Maria Silvia Sacchi

Fondatrice The Platform, Fashion Industry Insights



CLARA VANNUCCI

Massimiliano Giornetti

Direttore Polimoda

# FUTURE FOR FASHION

2024



CLARA VANNUCCI

Antonella Mansi

Presidente Centro di Firenze per la Moda Italiana



CLARA VANNUCCI

Ida Palombella

Deloitte, Partner and Global Fashion & Luxury Co-Leader

# FUTURE FOR FASHION

2024



CLARA VANNUCCI

Ida Palombella

Sul palco con Maria Silvia Sacchi



CLARA VANNUCCI

Carlo Capasa

Presidente Camera Nazionale della Moda Italiana

# FUTURE FOR FASHION

2024



CLARA VANNUCCI

Carlo Capasa e Ida Palombella

Prima di salire sul palco di Future For Fashion 2024



CLARA VANNUCCI

Alfonso Dolce Amministratore

Delegato Dolce & Gabbana



CLARA VANNUCCI

Alfonso Dolce Sul palco con Maria Silvia Sacchi

# FUTURE FOR FASHION

2024



CLARA VANNUCCI

Antonio De Matteis  
Presidente Pitti Immagine



CLARA VANNUCCI

Eva Desiderio  
Giornalista



**CLARA VANNUCCI**

**Attila Kiss**

Amministratore Delegato Gruppo Florence



**CLARA VANNUCCI**

**Benedetta Conticelli**

CEO di Land of Fashion Outlet Management e Managing Director di KRYALOS S.g.r. Spa

# FUTURE FOR FASHION

2024



CLARA VANNUCCI

Benedetta Conticelli

Sul palco con Simone Marchetti



CLARA VANNUCCI

Chiara Corini Burberry, VP Leathersgoods Product and Supply Chain

# FUTURE FOR FASHION

2024



CLARA VANNUCCI

**Stefano Gabbielli**

CEO di Enic, Vicepresidente Nazionale di Asso Wedding and Luxury Events, Vicepresidente Confindustria Toscana Centro e Costa



CLARA VANNUCCI

**Christian Tubito**

Direttore Material Innovation Lab (MIL), Kering

# FUTURE FOR FASHION

2024



CLARA VANNUCCI

Dario Fabbri

Analista geopolitico, Direttore Domino



CLARA VANNUCCI

Dario Fabbri

Sul palco con Simone Marchetti

# FUTURE FOR FASHION

2024



CLARA VANNUCCI

Flavio Sciuccati

Senior Partner, Board Member at The European House Ambrosetti



CLARA VANNUCCI

Angelo Figus

# FUTURE FOR FASHION

2024



Designer, Trend and Coloro Forecaster, Independent Curator

CLARA VANNUCCI

Matteo Mantellassi CEO Manteco



CLARA VANNUCCI

Matteo Mantellassi

Sul palco con Simone Marchetti



CLARA VANNUCCI

Giulia Maria Governa

Head of Consumer & Retail M&A, Divisione IMI Corporate & Investment Banking Intesa Sanpaolo



CLARA VANNUCCI

Giovanna Paoloni Amministratore Delegato Officina Profumo Farmaceutica Santa Maria Novella

# FUTURE FOR FASHION

2024



CLARA VANNUCCI

Micaela Le Divelec Independent Luxury Advisor



CLARA VANNUCCI

Micaela Le Divelec Sul palco con Simone Marchetti

# FUTURE FOR FASHION

2024



CLARA VANNUCCI

Luca Sburlati Amministratore Delegato Pattern



CLARA VANNUCCI

Luisa Benigno CEO Calzaturificio GGDB-Sirio

# FUTURE FOR FASHION

2024



CLARA VANNUCCI

Simone Verde

Direttore delle Gallerie degli Uffizi



CLARA VANNUCCI

Matteo Ward

# FUTURE FOR FASHION

2024



Amministratore delegato e co-fondatore di WRÁD

CLARA VANNUCCI

Niccolò Moschini

Vicepresidente Confindustria Toscana Centro e Costa – Firenze Livorno Massa Carrara con delega al Made in Italy



CLARA VANNUCCI

# FUTURE FOR FASHION

2024



**Sergio Tamborini**

Presidente di Sistema Moda Italia

CLARA VANNUCCI

**Sergio Tamborini**

Sul palco con Maria Silvia Sacchi



CLARA VANNUCCI

**Stefania Lazzaroni**

Direttrice Generale Altagamma

# FUTURE FOR FASHION

2024



CLARA VANNUCCI

**Stefano Giacomelli**

Deputy Chairman Smythson of Bond Street, CEO Tivoli Group



CLARA VANNUCCI

**Sara Sozzani Maino**

Creative Director Fondazione Sozzani e Creative Advisor CNCC, Condé Nast



CLARA VANNUCCI

Tavole rotonde con studenti e condivisione progetti

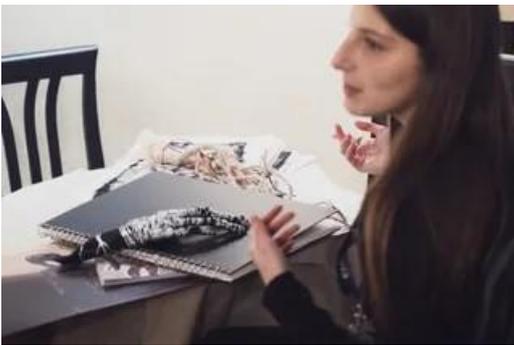
Coordinate da Sara Sozzani Maino, Matteo Ward e Angelo Figus



CLARA VANNUCCI

Tavole rotonde con studenti e condivisione progetti

Coordinate da Sara Sozzani Maino, Matteo Ward e Angelo Figus



CLARA VANNUCCI

Sintesi dei progetti con gli studenti

Insieme a Sara Sozzani Maino, Matteo Ward e Angelo Figus



CLARA VANNUCCI

Sintesi dei progetti con gli studenti

Insieme a Sara Sozzani Maino, Matteo Ward e Angelo Figus

la Repubblica

## Firenze

Quotidiano Data 16-03-2024  
 Pagina 7  
 Foglio 1

L'evento

### “Future for fashion” la moda ripensa se stessa

Un 2023 «non facile», la formazione, la sostenibilità. Si è concluso a Palazzo Pitti “Future for fashion”, l'evento organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa e dal Centro di Firenze per la Moda Italiana per discutere del comparto e, appunto, del suo futuro. Partendo dal recente passato. Un anno «non facile» dice il presidente di Confindustria Toscana Centro e Costa Maurizio Bigazzi, ricordando il -9% dell'export della moda toscana, e dei «dati di produzione del settore che mediamente flette più della media complessiva dell'industria».

Il settore, però, «rappresenta il 24% degli addetti di tutto il sistema moda italiano: 15mila imprese e oltre 100mila per-

sone», continua Bigazzi. Serve farlo ripartire. Dei dati positivi, secondo le previsioni, arriveranno dalla seconda metà dell'anno. Ma la discussione è su come progettare il dopo. «Mai come ora c'è bisogno di politica industriale per non restare impantanati nel presente» va avanti Bigazzi. Una necessità, questa, sottolineata più volte nei due giorni di evento.

Tra i presenti il direttore degli Uffici, Simone Verde, il direttore del Polimoda Massimiliano Girometti, l'ad di Dolce e Gabbana Alfonso Dolce, l'ad del gruppo Florence Attila Kiss, la direttrice generale di Altagamma Stefania Lazzaroni, il ministro Adolfo Urso ha inviato un messaggio. «Dobbiamo tornare a parlare

di prodotto, di formazione: se i giovani si innamorano del prodotto ci saranno artigiani» dice il presidente di Pitti Immagine e ad di Kiton Antonio De Matteis. «Dobbiamo insistere sul rapporto formazione-produzione, altrimenti rischiamo di perdere la sfida coi grandi colossi da altri Paesi» ribadisce il sindaco Dario Nardella. Mentre l'ad di Pattern, Luca Sburlati, guarda a come le norme europee cambieranno il comparto: «Il tessile-abbigliamento avrà pressoché le stesse regole degli altri materiali in termini di riciclo. Bisogna ripensare tutto dalla progettazione. Il designer farà molto, pensando a come riusare il tessuto tagliato e non usato al post mortem del prodotto. Tecnologia e innovazione possono fare la differenza». — a.g.



▲ Un momento dell'evento



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

162763

### L'intervista a Carlo Capasa

“Un giorno in più farà bene alla moda e alla città”



▲ La Camera della moda punta a un giorno in più per le sfilate

di Laura Asnaghi ● a pagina 3

L'intervista

## Carlo Capasa “Alla moda serve un giorno in più”

di Laura Asnaghi

«Abbiamo bisogno di un giorno in più per la moda. Il calendario delle sfilate è, da tempo, troppo stretto. Bisogna dare maggiore respiro alle passerelle, agli eventi del made in Italy e ai giovani creativi. Questo farebbe bene alla moda ma anche a Milano. Sarebbe bello poter vivere questa città in maniera più piacevole». Per Carlo Capasa, il presidente della Camera nazionale moda, la revisione del calendario delle sfilate con l'aggiunta di un giorno in più (ribadito anche ieri al convegno *Future for fashion* a palazzo Pitti di Firenze), è una battaglia fondamentale, che gli sta molto a cuore e che porta avanti con determinazione. «La fashion week di Milano è schiacciata tra quelle di New York, Londra e Parigi. Noi siamo forti ma abbiamo bisogno di un giorno in più e stiamo lavorando per avere una settimana piena già a partire da settembre. Ad aprile faremo l'annuncio».

**Capasa, però sulla carta la**

**settimana della moda dura già sette giorni. Non è così?**

«Sì, ma in realtà i sette giorni, di fatto, diventano cinque perché nella prima e nell'ultima giornata non sono programmate sfilate fisiche, in presenza».

**Perché questo?**

«Perché prima delle sfilate di Milano ci sono quelle di New York e, a seguire, quelle di Londra e così il nostro primo giorno non prevede passerelle per garantire l'arrivo a Milano di chi è stato nella capitale britannica. Mentre l'ultimo giorno coincide con la vigilia delle sfilate di Parigi che iniziano subito con marchi importanti e quindi giornalisti e compratori devono poter partire in tempo per il decollo della settimana della moda parigina».

**Per la revisione del calendario si è schierato pubblicamente Giorgio Armani, con una lettera che sostiene a spada tratta la sua battaglia.**

«Sì, ed è un bene che abbia evidenziato il problema che riguarda tutto il sistema. La sua voce è molto

autorevole e si fa sentire».

**Concretamente che cosa significa concentrare le sfilate in 5 giorni?**

«Facciamo l'esempio di quello che è successo lo scorso settembre con la fashion week donna. Avevamo un calendario straordinario, molto ricco, con 206 eventi. In pratica, circa 40 appuntamenti al giorno. Un vero tour de force. E poi non dimentichiamo che fanno parte della fashion week anche gli 800 show room aperti a Milano e che rappresentano tremila marchi di moda».

**In più, oltre alla concentrazione di sfilate, spesso gli eventi sono molto distanti tra loro, con uno show alla periferia Nord di Milano e, quello che viene dopo, all'estremo Sud.**

«Vero, ma la scelta delle location riguarda Milano, come New York, Londra e Parigi. Nelle sfilate non si mostrano più solo gli abiti, ma si offre una experience, con una messa in scena che esprime il Dna del brand e scegliere il posto adatto per questa narrazione è fondamentale».

# FUTURE FOR FASHION

2024

la Repubblica  
**Milano**

Quotidiano Data 16-03-2024  
Pagina 1  
Foglio 2 / 2

**Ma una soluzione per evitare corse folli tra una sfilata e l'altra c'è?**

«Sì, certo. Se due eventi sono troppo vicini, basta mettere un intervallo di tempo ragionevole».

**Un giorno in più per le sfilate serve anche a permettere al popolo della moda di vivere più piacevolmente Milano.**

«Non c'è dubbio. Noi iniziamo presto al mattino con le sfilate e finiamo tardi la sera. Così giornalisti, fotografi, compratori e tutto il mondo che fa parte della fashion week non ha il tempo materiale di godersi Milano. Che pure offre molto sia sul piano culturale che dell'intrattenimento».

**A quanto ammonta l'indotto per la città?**

«La cifra è considerevole. In un anno, con le due edizioni della moda donna e le altre due dell'uomo, si arriva a 200 milioni di euro».

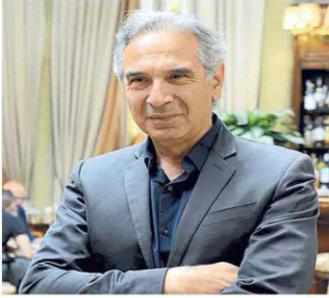
**Cifra che potrebbe crescere anche grazie al nuovo calendario con un giorno in più?**

«Sì, ma per raggiungere l'obiettivo è necessario uno sforzo collettivo. I grandi brand devono dare la propria disponibilità ad aprire e chiudere la settimana, rendendola più forte e attrattiva. Armani l'ha fatto per anni, dando il buon esempio. Ora tocca agli altri».

**Con che spirito vive l'attesa della trattativa di aprile?**

«Sono ottimista, dare respiro alla moda è una esigenza di tutti. E non smetto mai di ricordare che questa è un'industria strategica per l'economia del nostro Paese. E non a caso rappresenta la seconda voce del Pil italiano».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Carlo Capasa, Camera della moda

— “ —

*Dare respiro alle passerelle, agli eventi e ai giovani. In più l'indotto crescerebbe ulteriormente  
Armani un esempio ora tutti insieme*



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

162763

### Moda, artigianalita' e giovani: Future for Fashion' conquista Palazzo Pitti

Si è conclusa a Firenze la due giorni organizzata da Confindustria e Centro di Firenze per la Moda Italiana Firenze, 16 marzo 2024 Riprogettare il mondo attraverso il guardaroba e fare dell'abito il proprio habitat, il segno di riconoscimento di ogni identità. I giovani chiedono anche questo alla moda, oltre alla sostenibilità e al rispetto delle regole etiche del lavoro, con un interesse crescente verso tutto quello che profuma di unicità ed artigianalità. I tempi dei look esagerati, del massimalismo al potere nel fashion, sono tramontati a tutto vantaggio di una maggiore consapevolezza di valori, ideali, attese. Di questo e anche di molto di più si è parlato per due giorni durante il convegno di Future For Fashion, giunto alla terza edizione, in Sala Bianca a Palazzo Pitti su L'anima del consumatore, concluso ieri e promosso da Confindustria Toscana Centro e Costa Firenze Livorno Massa Carrara e dal Centro di Firenze per la Moda Italiana coi loro rispettivi presidenti Maurizio Bigazzi e Antonella Mansi. Due intense giornate, ieri e oggi, di dibattiti e testimonianze coordinati dai giornalisti Maria Silvia Sacchi e Simone Marchetti, per fare il punto sui rapporti tra prodotto e cliente, in una fase non facile per il business della moda dopo l'euforia del 2022, anno dopo il Covid e i primi sei mesi del 2023 altrettanto euforici, poi nel secondo semestre dell'anno scorso una flessione che perdura anche in questi primi mesi del 2024. Focus anche sui giovani soprattutto gli studenti delle scuole fiorentine protagonisti di tavole rotonde coordinate da Sara Sozzani Maino, Matteo Ward e Angelo Figus per quella che il Sindacato di Firenze Dario Nardella ha chiamato distretti della formazione che vanno aggiunti a quelli produttivi rilevanti nell'hinterland fiorentino e in tutta la Toscana. Questo di FFF è un cantiere del futuro a cui tanti giovani qui hanno contribuito, ha detto la presidente del CFMI Antonella Mansi che ha letto un messaggio di saluto e augurio per il convegno del Ministro delle imprese e del Made in Italy Adolfo Urso che ha ricordato come il comparto moda rappresenti il secondo settore manifatturiero. E che la filiera dello stile e la sua tutela sia molto importante lo ha sottolineato anche Alfonso Dolce, Ceo di Dolce e Gabbana ricordando come il brand si appresti a celebrare i suoi 40 anni di storia con una grande mostra a Palazzo Reale a Milano dal 7 aprile prossimo dal titolo significativo Dal cuore alle mani. Il prodotto moda oggi veste uno stile di vita e noi vogliamo continuare ad essere artigiani della filiera con aziende che ci credono, fatte di persone. E noi abbiamo nel mondo 5.500 dipendenti, dei quali il 50% sono in Italia, ha detto Dolce. Di Intelligenza Artificiale si è parlato con Benedetta Conticelli, Ceo di The Land of Fashion che raduna molti outlet in Italia con 17 milioni di visitatori, Carlo Capasa invece Presidente di Camera nazionale della moda italiana ha detto che ci sono 3 guerre in corso e 70 elezioni nel mondo, fatti che pregiudicano vendite e produzioni di moda. C'è una forte crisi dei consumatori cinesi e questo condiziona i mercati \_ dice Carlo Capasa : ma si sa che nei prossimi anni ciononostante la moda italiana crescerà del 20%. Oggi in Italia ci sono 60.000 imprese e 600.000 lavoratori nel settore e sempre più dovremo sostenere le piccole e medie aziende. Vanno poi seguite con attenzione le regole sulla sostenibilità, spesso molto onerose, dettate dalla Comunità europea. Molto fiducioso poi Capasa di riuscire a conquistare un giorno in più nel calendario delle sfilate milanesi, e la conferma sarà tra pochi giorni. Di geopolitica e del rapporto tra moda e potere e stili di vita ha parlato Dario Fabbri analista geopolitico e direttore Domino, concentrandosi su quanto e fino a quando il lusso occidentale potrà essere attrattivo per i nuovi ricchi del pianeta che arrivano da paesi molto lontani con civiltà molto distanti dalle nostre. Fai business bene se conosci la cultura di un paese non come succedeva nei tempi pionieristici del passato ha spiegato Sergio Tamborini presidente di Sistema Moda Italia, auspicando la risoluzione nelle trattative del rinnovo del contratto del Tessile Abbigliamento. Molto apprezzato l'intervento di Micaela Le Divelec, Board Director e Membro Advisory Board, con lunga e prestigiosa esperienza in Gucci fin dai tempi di Investcorp e di Tom Ford. Poi è stata amministratore delegato di Salvatore Ferragamo. Il dialogo tra i manager e gli investitori è fondamentale \_ ha detto Le Divelec \_ e a volte le posizioni troppo rigide degli analisti possono nuocere ai brand. Con Michaela Le Divelec si è parlato anche delle donne ai vertici della moda mondiale, della loro leadership e del fatto che i verticismi con una persona che decide e 99 che eseguono sono anch'essi qualcosa di negativo. La creatività oggi soffre perché manca un po' di anima, ha concluso Le Divelec. A chiudere il convegno di Future For Fashion uno degli ideatori e organizzatori, Niccolò Moschini vicepresidente della sezione moda di Confindustria Toscana e membro del Cda di Pitti Immagine. Firenze intende tornare ad essere il laboratorio della moda e il nostro convegno va in questa direzione \_ ha detto Niccolò Moschini \_ dobbiamo fare squadra, specie in Toscana dove c'è ancora una filiera prestigiosa che va difesa e sviluppata.



Eventi

## A Future for fashion ospiti Dolce, Capasa e Tamborini

Al centro del convegno, l'empatia economica e strategica come prossime sfide per parlare ai clienti di domani. **Matteo Minà (Firenze)**

Il tema dell'anima del nuovo consumatore è stato ieri al centro della seconda giornata di **Future for fashion** a Firenze. Il convegno si è aperto con un messaggio del ministro delle imprese e del Made in Italy **Adolfo Urso** letto da **Antonella Mansi**, presidente di **Cfmi**. «Il consumatore contemporaneo non viene più soddisfatto solo dall'eccellenza da sempre garantita dal Made in Italy, ma ricerca la bellezza che oggi include anche la sostenibilità. La moda sostenibile emerge come faro di innovazione per guidare la transizione ecologica». Ma molte altre sono le sfide. Come ha spiegato **Dario Fabbri**, analista geopolitico: «Dobbiamo avere la capacità di presentarci in modo diverso, perché non è detto che il modo di influenzare il mondo con il nostro gusto resti lo stesso. Tradotto significa per i brand studiare e avvicinarsi alla cultura locale con empatia economica e strategica». Per **Alfonso Dolce**, ad di **Dolce&Gabbana**, il consumatore si è evoluto. «Oggi ne esiste uno più loyal abituato a dialogare con il marchio e uno più nuovo. Il mondo del beauty permette di avvicinarsi a persone diverse e nell'era tecnologica questo è molto amplificato», ha affermato. «Pertale ragione due anni fa abbiamo guarda-



Alfonso Dolce

to al beauty con un investimento diretto». Poi ha dichiarato a proposito della possibile quotazione: «Quest'anno festeggiamo i 40 anni del brand con una grande mostra a **Palazzo reale** a Milano. Se penso ai prossimi 40, è possibile che possano esserci aperture al mercato». Di scenari a medio termine ha discusso anche

**Carlo Capasa**, presidente di **Cnmi**.

«La moda italiana di alta qualità crescerà del 20% nei prossimi cinque anni, ma oggi il tema è quello della resilienza». Sulla possibilità di avere un giorno in più di calendario a settembre, ha poi confermato che un annuncio ufficiale arriverà ad aprile. «Sono molto fiducioso, l'Italia oggi è forte e ha bisogno di più spazio». Infine **Sergio Tamborini**, presidente di **Smi**, ha posto l'accento sul rinnovo del contratto di lavoro del tessile-abbigliamento, che scadrà a fine mese. «Dovrà essere uno strumento per rendere più sexy il nostro mondo e va creato un equilibrio tra vita privata e lavorativa», ha dichiarato. E a proposito dell'uscita di **Smi** da **Confindustria moda**: «Abbiamo sfide complesse che arrivano dall'Europa. Non siamo riusciti a coniugare velocità con unità e almeno per un certo periodo abbiamo deciso di andare da soli». (riproduzione riservata)



## Carlo Capasa: "Il calendario della Fashion Week di Milano e' troppo stretto, alla moda serve un gior

Carlo Capasa: "Il calendario della Fashion Week di Milano è troppo stretto, alla moda serve un giorno in più"

di Laura Asnaghi

Fotogramma (fotogramma)

Il presidente della Camera nazionale della moda: "Dare respiro alle passerelle, agli eventi e ai giovani. In più l'indotto crescerebbe ulteriormente"

16 Marzo 2024 alle 06:00

2 minuti di lettura



«Abbiamo bisogno di un giorno in più per la moda. Il calendario delle sfilate è, da tempo, troppo stretto. Bisogna dare maggiore respiro alle passerelle, agli eventi del made in Italy e ai giovani creativi. Questo farebbe bene alla moda ma anche a Milano. Sarebbe bello poter vivere questa città in maniera più piacevole». Per Carlo Capasa, il presidente della Camera nazionale moda, la revisione del calendario delle sfilate con l'aggiunta di un giorno in più (ribadito anche ieri al convegno Future for fashion a palazzo Pitti di Firenze), è una battaglia fondamentale, che gli sta molto a cuore e che porta avanti con determinazione.

«La fashion week di Milano è schiacciata tra quelle di New York, Londra e Parigi. Noi siamo forti ma abbiamo bisogno di un giorno in più e stiamo lavorando per avere una settimana piena già a partire da settembre. Ad aprile faremo l'annuncio».

Capasa, però sulla carta la settimana della moda dura già sette giorni. Non è così?

«Sì, ma in realtà i sette giorni, di fatto, diventano cinque perché nella prima e nell'ultima giornata non sono programmate sfilate fisiche, in presenza».

Perché questo?

«Perché prima delle sfilate di Milano ci sono quelle di New York e, a seguire, quelle di Londra e così il nostro primo giorno non prevede passerelle per garantire l'arrivo a Milano di chi è stato nella capitale britannica. Mentre l'ultimo giorno coincide con la vigilia delle sfilate di Parigi che iniziano subito con marchi importanti e quindi giornalisti e compratori devono poter partire in tempo per il decollo della settimana della moda parigina».

Per la revisione del calendario si è schierato pubblicamente Giorgio Armani, con una lettera che sostiene a spada tratta la sua battaglia.

«Sì, ed è un bene che abbia evidenziato il problema che riguarda tutto il sistema. La sua voce è molto autorevole e si fa sentire».

Concretamente che cosa significa concentrare le sfilate in 5 giorni?

«Facciamo l'esempio di quello che è successo lo scorso settembre con la fashion week donna. Avevamo un calendario straordinario, molto ricco, con 206 eventi. In pratica, circa 40 appuntamenti al giorno. Un vero tour de force. E poi non dimentichiamo che fanno parte della fashion week anche gli 800 show room aperti a Milano e che rappresentano tremila marchi di moda».

In più, oltre alla concentrazione di sfilate, spesso gli eventi sono molto distanti tra loro, con uno show alla periferia Nord di Milano e, quello che viene dopo, all'estremo Sud.

«Vero, ma la scelta delle location riguarda Milano, come New York, Londra e Parigi. Nelle sfilate non si mostrano più solo gli abiti, ma si offre una experience, con una messa in scena che esprime il Dna del brand e scegliere il posto adatto per questa narrazione è fondamentale».

Ma una soluzione per evitare corse folli tra una sfilata e l'altra c'è?

«Sì, certo. Se due eventi sono troppo vicini, basta mettere un intervallo di tempo ragionevole».

Un giorno in più per le sfilate serve anche a permettere al popolo della moda di vivere più piacevolmente Milano.

«Non c'è dubbio. Noi iniziamo presto al mattino con le sfilate e finiamo tardi la sera. Così giornalisti, fotografi, compratori e tutto il mondo che fa parte della fashion week non ha il tempo materiale di godersi Milano. Che pure offre molto sia sul piano culturale che dell'intrattenimento».

A quanto ammonta l'indotto per la città?

«La cifra è considerevole. In un anno, con le due edizioni della moda donna e le altre due dell'uomo, si arriva a 200

# FUTURE FOR FASHION

2024

milioni di euro».

Cifra che potrebbe crescere anche grazie al nuovo calendario con un giorno in più?

«Sì, ma per raggiungere l'obiettivo è necessario uno sforzo collettivo. I grandi brand devono dare la propria disponibilità ad aprire e chiudere la settimana, rendendola più forte e attrattiva. Armani l'ha fatto per anni, dando il buon esempio. Ora tocca agli altri».

Con che spirito vive l'attesa della trattativa di aprile?

«Sono ottimista, dare respiro alla moda è una esigenza di tutti. E non smetto mai di ricordare che questa è un'industria strategica per l'economia del nostro Paese. E non a caso rappresenta la seconda voce del Pil italiano».

Questo è un articolo a pagamento, ma oggi te lo regaliamo.

Buona lettura!

# FUTURE FOR FASHION

2024



Cerca

Accedi

Abbonati

/ MF Fashion / News / Business / A Future for fashion ospiti Alfonso Dolce, Carlo Capasa e Sergio Tamborini

◆ BUSINESS

## A Future for fashion ospiti Alfonso Dolce, Carlo Capasa e Sergio Tamborini

Al centro del convegno, l'empatia economica e strategica come prossime sfide per parlare ai clienti del futuro

di MATTEO MINÀ (FIRENZE)

TEMPO DI LETTURA 2 MIN

LEGGI DOPO



Carlo Capasa

Il tema dell'anima del nuovo consumatore è stato ieri al centro della seconda

CONDIVIDI



LE NOTIZIE PIÙ LETTE

giornata di **Future for fashion** a Firenze. Il convegno si è aperto con un messaggio del ministro delle imprese e del Made in Italy **Adolfo Urso** letto da **Antonella Mansi**, presidente di **Cfmi**.



Alfonso Dolce

«Il consumatore contemporaneo non viene più soddisfatto solo dall'eccellenza da sempre garantita dal Made in Italy, ma ricerca la bellezza che oggi include anche la sostenibilità. Il comparto della moda sostenibile emerge come faro di innovazione per guidare la transizione ecologica, portando messaggi di valore». Ma molte altre sono le sfide. Come ha spiegato **Dario Fabbri**, analista geopolitico: «Dobbiamo avere la capacità di presentarci in modo diverso, perché non è detto che il modo di influenzare il

mondo con il nostro gusto resti lo stesso. Tradotto significa per i brand studiare e avvicinarsi alla cultura locale con empatia economica e strategica».

Per **Alfonso Dolce**, amministratore delegato di **Dolce&Gabbana**, il consumatore si è evoluto. «Oggi ne esiste uno più loyal abituato a dialogare con il marchio e uno più nuovo. Per esempio, il mondo delle fragranze, beauty e make-up permette di avvicinarsi a persone diverse e nell'era tecnologica questo è molto amplificato», ha affermato il manager. «Per tale ragione due anni fa abbiamo guardato al beauty con un investimento diretto andando controcorrente e per noi non è solo business, ma sono linee etiche e sociali che il mondo vuole oggi». Poi ha dichiarato a proposito della possibile quotazione: «Quest'anno festeggiamo i 40 anni del brand con una grande mostra da aprile sviluppata su oltre 2 mila metri quadrati a **Palazzo reale** a Milano. Se penso ai prossimi 40, è possibile che possano esserci aperture al mercato. Essere indipendenti implica costruire un percorso per la comunità, come i nostri 5.500 dipendenti, di cui 50% in Italia, e un indotto di 20-25 mila persone».

Di scenari a medio termine ha discusso anche **Carlo Capasa**, presidente di **Cnmi-Camera nazionale della moda italiana**. «La moda italiana di alta qualità crescerà del 20% nei prossimi cinque anni, ma oggi il tema è quello della resilienza». Lo stesso, sulla possibilità di avere un giorno in più di calendario a settembre prossimo, ha poi confermato che un annuncio ufficiale arriverà ad aprile. «Sono molto fiducioso che ci potrà essere un giorno in più, l'Italia oggi è forte e ha bisogno di più spazio». Infine **Sergio Tamborini**, presidente di **Smi-Sistema moda Italia**, ha posto l'accento sul rinnovo del contratto di lavoro del tessile-abbigliamento, che scadrà a fine mese. «Dovrà essere uno strumento



Business

**Lvmh guida la normalizzazione del lusso, Kering è al giro di boa**

Federica Camurati



Business

**Bond, da Lvmh a Kering anche nel lusso è boom di emissioni. Ecco a cosa servono e quanto rendono**

Federica Camurati e Marco Capponi



Business

**Autry, l'azienda di sneakers passa a Style capital per 320 milioni**

Tommaso Palazzi



Business

**Mango supera i 3 miliardi (+20%) trainato dal womenswear (+15%)**

Matteo Zhu

Pubblicità

# FUTURE FOR FASHION

2024

per rendere più sexy il nostro mondo e va creato un equilibrio tra vita privata e lavorativa», ha dichiarato. A proposito dell'uscita di Smi da **Confindustria moda** ha poi aggiunto: «Abbiamo sfide complesse che arrivano dall'Europa e serve velocità. Non siamo riusciti a coniugare velocità con unità e almeno per un certo periodo abbiamo deciso di andare da soli». (riproduzione riservata)



Pubblicità

MFF - NUMERO 055 PAG. 40 DEL 16/03/2024

**CLASS TV MODA**

00:10:43	00:26:08
❖ What Women Wear Il decennio del minimalismo e delle linee essenziali: gli anni '90 - Puntata 1	❖ Fashion&Beyond La vita di Jean Paul Gaultier tra moda, musica e arte - Puntata 75
00:17:00	00:45:31
❖ Front Row Paris Fashion Week Women's collection FW 24/25 - Puntata 4	❖ Fashion&Beyond Un mese di moda: il meglio delle fashion week di New York, Milano e Parigi

VEDI TUTTO SU CLASS TV MODA →

ALTRE NOTIZIE

❖ Business

❖ Business

❖ Business

❖ Business

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

162763

### Future for Fashion, il consumatore e' uno nessuno e centomila

Giovanissimo o boomer, occidentale o africano e indiano, il nuovo fruitore di consumi detta le regole del mercato ogni giorno più vario. Silvia Gigli Chi è il consumatore contemporaneo? Uno, nessuno e centomila. Giovane, informato, attento ai valori ma anche boomer o giovanissimo fruitore di fast fashion, salvo poi diventare paladino della sostenibilità. È un panorama sfuggente e multiforme quello che è emerso dalla due giorni di Future for Fashion 2024 a Palazzo Pitti, a Firenze, organizzata da Confindustria Toscana Centro e Costa Firenze Livorno Massa Carrara e il Centro di Firenze per la moda italiana. Amministratori delegati, esperti di tendenze, ricercatori, operatori del settore moda a 360 gradi si sono confrontati su chi sia e cosa voglia questo consumatore. Che è in un certo senso benedetto, perché le sue scelte influenzano persino la finanza e i grandi gruppi del lusso ne sono schiavi. Dolce: Detta le regole del nostro settore Se il ministro Urso lo definisce amante della bellezza e della sostenibilità, Essere o avere è il dilemma che lo tiene in bilico, secondo Antonio De Matteis, presidente di Pitti Immagine e ad di Kiton. Bisogna tornare a parlare di qualità, del prodotto e delle mani che lo realizzano chiosa De Matteis. Solo così il consumatore tornerà ad innamorarsi di nuovo dopo la grande abbuffata post pandemia e l'attuale apatia. Occhio, avverte Attila Kiss del Gruppo Florence, il consumatore oggi è molto più informato, anche sul valore del brand che intende scegliere. E ricerca uno specchio valoriale nel quale ritrovarsi. Per Giovanna Paoloni, ad di Officina profumo farmaceutica Santa Maria Novella, cerca il piacere e noi lo trattiamo come un ospite graditissimo e secondo Alfonso Dolce, ad di Dolce & Gabbana, il consumatore si è evoluto e sta dettando le regole al nostro settore. La geopolica studia i suoi mille volti e fa previsioni Quello che è certo è che ha mille volti a seconda del Paese in cui vive, il contesto sociale nel quale si muove, l'età e lo stile di vita. Quello che ama un italiano può essere assolutamente l'opposto di ciò che desidera un indiano, come spiega l'analista geopolitico Dario Fabbri. E forse tra qualche decennio la cultura dominante non sarà più solo quella occidentale. Scenari con cui scendere a patti e cercare di cavalcare con determinazione e resilienza. Ora come ora è certo che i tanto vituperati boomer, che in Italia sono quasi la maggioranza, non hanno le esigenze dei millennial o dell'indagatissima generazione z che ha come obiettivo vivere bene e con qualità. E allora dove finisce il sacrificio, la rabbia, la passione che invocano gli imprenditori davanti alla platea dei giovanissimi studenti delle scuole di moda fiorentine? Lacrime e sangue per arrivare? Forse no. Forse è meglio lavorare meno e consumare meno ma bene, acquistando oggetti che abbiano valore, durabilità, una storia di cui innamorarsi. Paradossi di un mondo fluido, in continua incessante evoluzione che è quasi impossibile racchiudere in un solo scatto. Ma infiniti volti da indagare, scoprire, inseguire, cercare di comprendere per tentare di sedurre. A chi vendiamo e cosa vendiamo? Talvolta non basta la sfera di cristallo. Forse solo uno smartphone. Silvia Gigli Condividi



## A Future for fashion 2024, la Ceo Benedetta Chiara Conticelli introduce Land of Fashion Villages

L'appuntamento, che si è sviluppato intorno al macro-tema L'anima del consumatore, ha fornito l'opportunità di presentare il progetto finalizzato a promuovere una riflessione sull'evoluzione e il futuro della moda, intesa non solo come settore economico di riferimento per il Made in Italy, ma anche come espressione culturale e sociale. A Palazzo Pitti a Firenze, sede della moda e delle sue avanguardie, la CEO di Land of Fashion Villages, Benedetta Chiara Conticelli (foto), è intervenuta all'evento Future for Fashion che, in questa terza edizione, si è sviluppato intorno al macro-tema L'anima del consumatore. L'intervento della CEO moderato da Simone Marchetti (foto), Direttore Editoriale Europa Vanity Fair e Direttore Vanity Fair Italia, si è sviluppato attraverso tre tematiche principali: resilienza dello store fisico, approccio all'acquisto cross-generations e sfide future dei brand. Benedetta Chiara Conticelli ha presentato Land of Fashion Villages nella sua accezione più affine: I villaggi sono da intendersi come estensione del bellissimo territorio italiano che li ospita, con una qualità di offerta simile al settore dell'hôtellerie, grazie alla bellezza del contesto, alla cura del dettaglio e all'esperienza totalizzante che sono capaci di offrire. Insieme al comparto del retail hanno dimostrato una grande resilienza, anche in momenti di crisi, perché capaci di creare esperienze immediate e totalmente gratificanti in contesti esteticamente molto gradevoli. In merito all'attrattività di Land of Fashion Villages sulla clientela, il CEO afferma che I Villaggi sono luoghi in cui si sta bene, dove svagarsi dal quotidiano e soprattutto capaci di soddisfare le esigenze di acquisto di diverse generazioni, dai boomers, ai consumatori X, ai millennials fino alle generazioni più giovani. Infatti, negli outlet convergono approccio di acquisto tradizionale, approccio funzionale alla ricerca di eccellente rapporto qualità/prezzo, esperienza, sperimentazione e socializzazione. Il tutto avviene in luoghi dove non solo la vegetazione, la struttura, l'artigianalità e il cibo sono permeati dal territorio ospitante, ma dove anche grazie ad eventi immersivi creati appositamente per i nostri ospiti si vivono esperienze significative. Il CEO ha concluso parlando del futuro sottolineando, in un'era di incertezza geopolitica, l'importanza della flessibilità delle aziende di adattarsi velocemente al contesto e in merito a quello di Land of Fashion Villages afferma: Continuare a fornire prodotti di qualità e costruire momenti in cui le persone stanno bene per creare ricordi tangibili che contano. Future For Fashion è un progetto finalizzato a promuovere una riflessione sull'evoluzione e il futuro della moda, intesa non solo come settore economico di riferimento per il Made in Italy, ma anche come espressione culturale e sociale. Tra i partecipanti al convegno tanti i nomi di spicco nel campo della moda che hanno partecipato con la loro voce ad un approfondimento sul tema del convegno. L'edizione 2024 ha visto anche il coinvolgimento attivo di alcune delle principali scuole di moda e design, al fine di stimolare gli studenti su temi di attualità e condividere con il pubblico le considerazioni più significative emerse dal confronto con i ragazzi.



You are in: Home » finanza » “La politica industriale dei poli salverà la filiera della moda”

## “La politica industriale dei poli salverà la filiera della moda”



19 Mar 2024 Premium



“La mancanza di una politica industriale e la consapevolezza dei brand sull'importanza della filiera”. Questi sono i temi su cui il fashion system dovrebbe interrogarsi secondo Luca Sburlati, CEO di Pattern, intervenuto nella prima giornata dell'evento fiorentino Future for Fashion 2024 (14-15 marzo 2024). Per Flavio Sciuccati, senior partner di The European House Ambrosetti, sono...

IL MENSILE DELL'AREA PELLE  
Numero 3

[accedi / abbonati](#)



### ACCEDI PER CONTINUARE A LEGGERE

Scopri l'abbonamento che fa per te tra le nostre proposte

[ACCEDI](#) [ABBONATI](#)

### NEWSLETTER

Tutta l'attualità dell'area pelle, da lunedì a sabato.

[ISCRIVITI ORA](#)

### Leggi news

mediakey.tv » News » Leggi news

- ▶ Newsletter
- ▶ Archivio News

### Il CEO Benedetta Chiara Conticelli introduce Land of Fashion Villages nell'esclusiva platea di Future for Fashion 2024



Nell'incantevole cornice della Sala Bianca di Palazzo Pitti a Firenze, iconica sede della moda e delle sue avanguardie, il CEO Benedetta Chiara Conticelli è intervenuta all'evento 'Future for Fashion' che, in questa terza edizione, si è sviluppato intorno al macro-tema "L'anima del consumatore".

L'intervento del CEO moderato da Simone

Marchetti, Direttore Editoriale Europa Vanity Fair e Direttore Vanity Fair Italia, si è sviluppato attraverso tre tematiche principali: resilienza dello store fisico, approccio all'acquisto cross-generations e sfide future dei brand.

Benedetta Chiara Conticelli ha presentato Land of Fashion Villages nella sua accezione più affine: "I villaggi sono da intendersi come estensione del bellissimo territorio italiano che li ospita, con una qualità di offerta simile al settore dell'hôtellerie, grazie alla bellezza del contesto, alla cura del dettaglio e all'esperienza totalizzante che sono capaci di offrire. Insieme al comparto del retail hanno dimostrato una grande resilienza, anche in momenti di crisi, perché capaci di creare esperienze immediate e totalmente gratificanti in contesti esteticamente molto gradevoli".

In merito all'attrattività di Land of Fashion Villages sulla clientela, il CEO afferma che "I Villaggi sono luoghi in cui si sta bene, dove svagarsi dal quotidiano e soprattutto capaci di soddisfare le esigenze di acquisto di diverse generazioni, dai boomers, ai consumatori X, ai millennials fino alle generazioni più giovani. Infatti, negli outlet convergono approccio di acquisto tradizionale, approccio funzionale alla ricerca di eccellente rapporto qualità/prezzo, esperienza, sperimentazione e socializzazione. Il tutto avviene in luoghi dove non solo la vegetazione, la struttura, l'artigianalità e il cibo sono permeati dal territorio ospitante, ma dove anche grazie ad eventi immersivi creati appositamente per i nostri ospiti si vivono esperienze significative".

Il CEO ha concluso parlando del futuro sottolineando, in un'era di incertezza geopolitica, l'importanza della flessibilità delle aziende di adattarsi velocemente al contesto e in merito a quello di "Land of Fashion Villages" afferma: "Continuare a fornire prodotti di qualità e costruire momenti in cui le persone

# FUTURE FOR FASHION

2024

stanno bene per creare ricordi tangibili che contano”.

‘Future For Fashion’ è un progetto finalizzato a promuovere una riflessione sull’evoluzione e il futuro della moda, intesa non solo come settore economico di riferimento per il Made in Italy, ma anche come espressione culturale e sociale. Tra i partecipanti al convegno tanti i nomi di spicco nel campo della moda che hanno partecipato con la loro voce ad un approfondimento sul tema del convegno.

L’edizione 2024 ha visto anche il coinvolgimento attivo di alcune delle principali scuole di moda e design, al fine di stimolare gli studenti su temi di attualità e condividere con il pubblico le considerazioni più significative emerse dal confronto con i ragazzi.

📅 19/03/2024 | 📍 Eventi, sponsorship

Indietro

### Sitemap

- Home
- Awards
- Shop
- Area Utenti
- Testate
- Video
- Il Gruppo
- Job opportunities
- News
- Operatori
- Contatti
- Privacy

### Newsletter

Iscriviti alla newsletter di Media Key per restare aggiornato.

Iscriviti

### Gruppo editoriale Media Key

Via Arcivescovo Romilli 20/8 - 20139 - Milano  
☎ +39 02.52.20.37.1  
✉ info@mediakey.it  
P.IVA e C.F. 06257230158



2024

VANITY FAIR

Data 20-03-2024  
Pagina  
Foglio 1

# VANITY FAIR

Italia [Newsletter](#)   
People Show News Beauty & Health Fashion Lifestyle Food & Travel Next Video Podcast Vanity Scelti Per Te Festival di Sanremo



## Future For Fashion 2024 - Alfonso Dolce

### Descrizione

Torna l'evento organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa che vuole stimolare una profonda riflessione sul futuro della moda e del made in Italy attraverso la voce dei protagonisti. Future For Fashion quest'anno punta i riflettori sulla trasformazione di esigenze, comportamento e scelte dei consumatori, in due mezze giornate ricche di incontri. In questo appuntamento Alfonso Dolce, Amministratore Delegato Dolce & Gabbana dialoga con Maria Silvia Sacchi, Fondatrice The Platform, Fashion Industry Insights

Pubblicato il 20/03/2024  
ALTRI VIDEO

CHIUDI

Jasmine Trinca: la trasformazione

Matthew McConaughey, la trasformazione fino a Serenity

162763

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



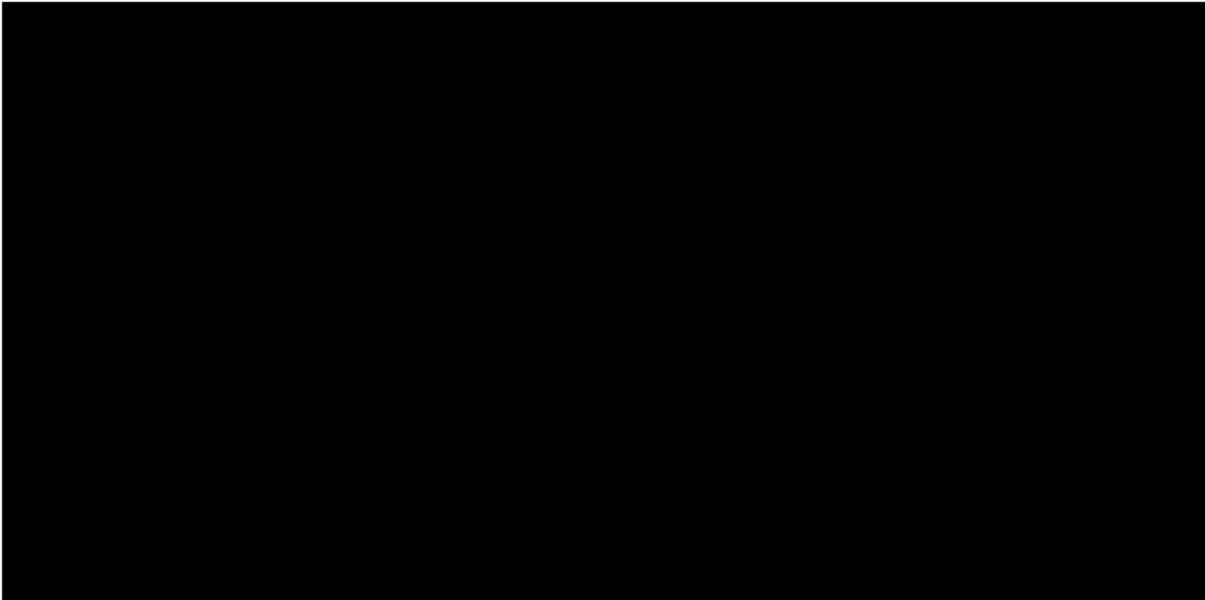
2024

VANITY FAIR

Data 20-03-2024  
Pagina  
Foglio 1

# VANITY FAIR

Italia Newsletter   
People Show News Beauty & Health Fashion Lifestyle Food & Travel Next Video Podcast Vanity Scelti Per Te Festival di Sanremo



## Future For Fashion 2024 - Antonella Mansi

### Descrizione

Torna l'evento organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa che vuole stimolare una profonda riflessione sul futuro della moda e del made in Italy attraverso la voce dei protagonisti. Future For Fashion quest'anno punta i riflettori sulla trasformazione di esigenze, comportamento e scelte dei consumatori, in due mezza giornate ricche di incontri. In questo appuntamento Antonella Mansi, Presidente Centro di Firenze per la Moda Italiana dialoga con Maria Silvia Sacchi, Fondatrice The Platform, Fashion Industry Insights

Pubblicata il 20/03/2024  
ALTRI VIDEO

Jasmine Trinca: la trasformazione

Matthew McConaughey, la trasformazione fino a Serenity

CHIUDI

162763



2024

VANITY FAIR

Data 20-03-2024  
Pagina  
Foglio 1

# VANITY FAIR

Italia **Newsletter**   
People Show News Beauty & Health Fashion Lifestyle Food & Travel Next Video Podcast Vanity Scelti Per Te Festival di Sanremo



## Future For Fashion 2024 - Antonio De Matteis

Descrizione

Torna l'evento organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa che vuole stimolare una profonda riflessione sul futuro della moda e del made in Italy attraverso la voce dei protagonisti. Future For Fashion quest'anno punta i riflettori sulla trasformazione di esigenze, comportamento e scelte dei consumatori, in due mezza giornate ricche di incontri. In questo appuntamento Antonio De Matteis, Presidente Pitti Immagine dialoga con Maria Silvia Sacchi, Fondatrice The Platform, Fashion Industry Insights

Pubblicato il 20/03/2024  
ALTRI VIDEO

**Pista da Bob a Cortina: Mario Brunello suona per gli alberi abbattuti**

**La festa degli Oscar con Vanity Fair**

CHIUDI

162763



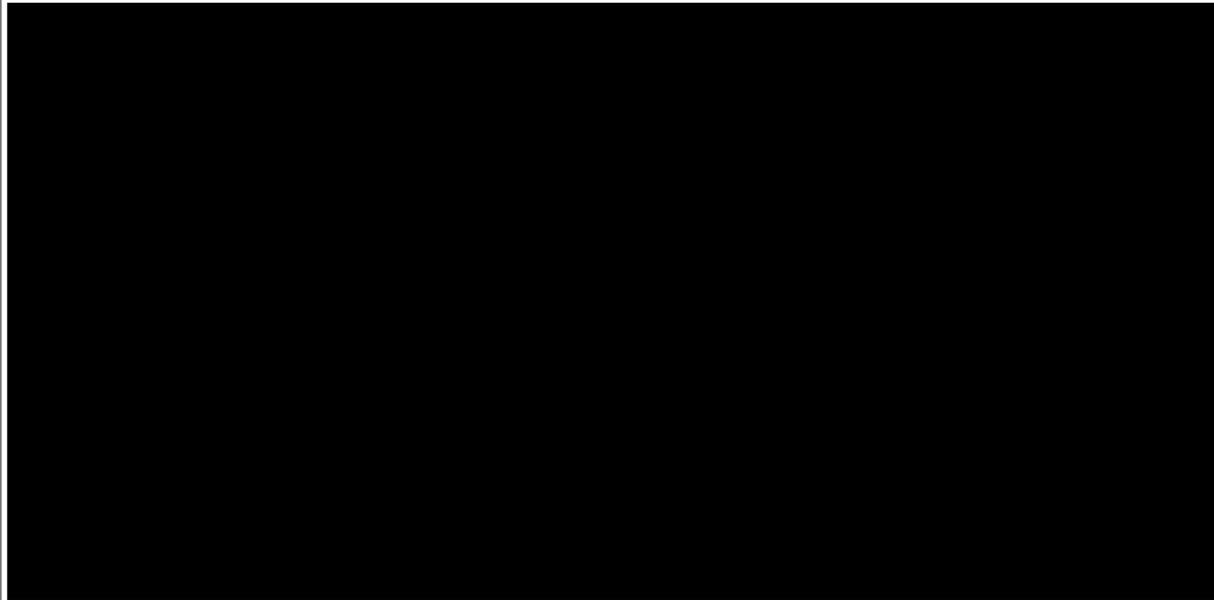
2024

VANITY FAIR

Data 20-03-2024  
Pagina  
Foglio 1

# VANITY FAIR

Italia [Newsletter](#)   
[People](#) [Show](#) [News](#) [Beauty & Health](#) [Fashion](#) [Lifestyle](#) [Food & Travel](#) [Next](#) [Video](#) [Podcast](#) [Vanity Scelti Per Te](#) [Festival di Sanremo](#)



## Future For Fashion 2024 - Benedetta Conticelli

### Descrizione

Torna l'evento organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa che vuole stimolare una profonda riflessione sul futuro della moda e del made in Italy attraverso la voce dei protagonisti. Future For Fashion quest'anno punta i riflettori sulla trasformazione di esigenze, comportamento e scelte dei consumatori, in due mezza giornate ricche di incontri. In questo appuntamento Benedetta Conticelli, CEO di Land of Fashion Outlet Management e Managing Director di KRYALOS S.g.r. Spa dialoga con Simone Marchetti, Direttore Editoriale Europa Vanity Fair e Direttore Vanity Fair Italia

Pubblicato il 20/03/2024  
ALTRI VIDEO

[Pista da Bob a Cortina: Mario Brunello suona per gli alberi abbattuti](#)

[La festa degli Oscar con Vanity Fair](#)

[CHIUDI](#)

162763



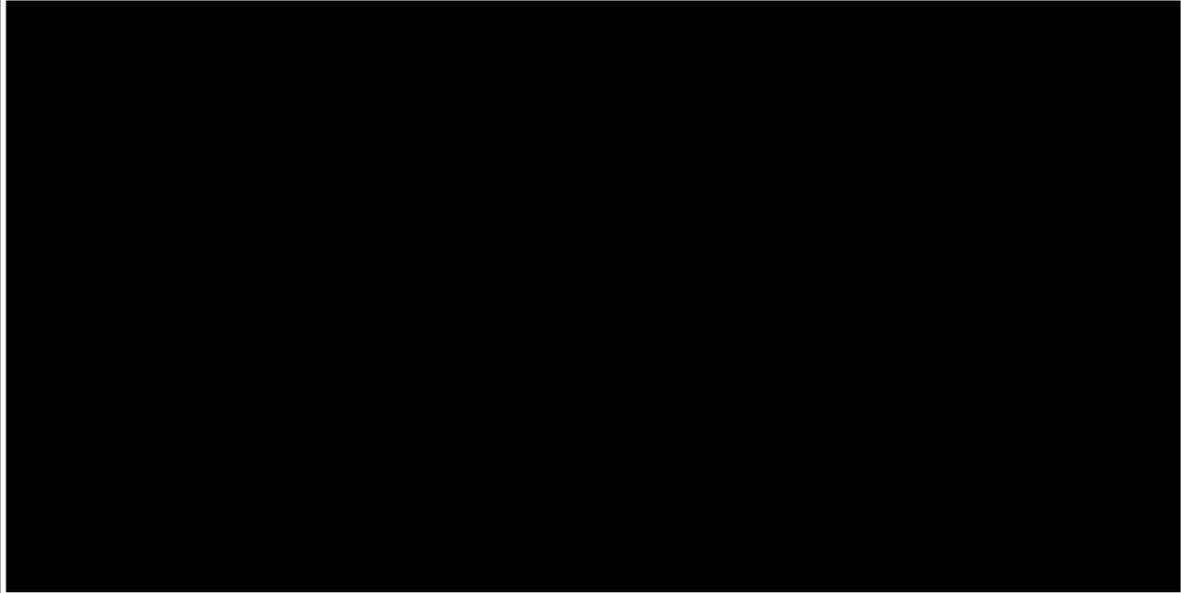
2024

VANITY FAIR

Data 20-03-2024  
Pagina  
Foglio 1

# VANITY FAIR

Italia Newsletter People Show News Beauty & Health Fashion Lifestyle Food & Travel Next Video Podcast Vanity Scelti Per Te Festival di Sanremo



## Future For Fashion 2024 - Carlo Capasa

### Descrizione

Torna l'evento organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa che vuole stimolare una profonda riflessione sul futuro della moda e del made in Italy attraverso la voce dei protagonisti. Future For Fashion quest'anno punta i riflettori sulla trasformazione di esigenze, comportamento e scelte dei consumatori, in due mezze giornate ricche di incontri. In questo appuntamento Carlo Capasa, Presidente Camera Nazionale della Moda Italiana dialoga con Maria Silvia Sacchi, Fondatrice The Platform, Fashion Industry Insights

Pubblicato il 20/03/2024  
ALTRI VIDEO

CHIUDI

Pista da Bob a Cortina: Mario Brunello suona per gli alberi abbattuti

La festa degli Oscar con Vanity Fair

162763



2024

VANITY FAIR

Data 20-03-2024  
Pagina  
Foglio 1

# VANITY FAIR

Italia [Newsletter](#) [People](#) [Show](#) [News](#) [Beauty & Health](#) [Fashion](#) [Lifestyle](#) [Food & Travel](#) [Next](#) [Video](#) [Podcast](#) [Vanity Scelti Per Te](#) [Festival di Sanremo](#)



## Future For Fashion 2024 - Christian Tubito

### Descrizione

Torna l'evento organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa che vuole stimolare una profonda riflessione sul futuro della moda e del made in Italy attraverso la voce dei protagonisti. Future For Fashion quest'anno punta i riflettori sulla trasformazione di esigenze, comportamento e scelte dei consumatori, in due mezza giornate ricche di incontri. In questo appuntamento Christian Tubito, Direttore Material Innovation Lab (MIL), Kering dialoga con Maria Silvia Sacchi, Fondatrice The Platform, Fashion Industry Insights

Pubblicato il 19/03/2024  
ALTRI VIDEO

CHIUDI

Janet & Janet, i texani per l'autunno

Premiata, qualità e innovazione

162763

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



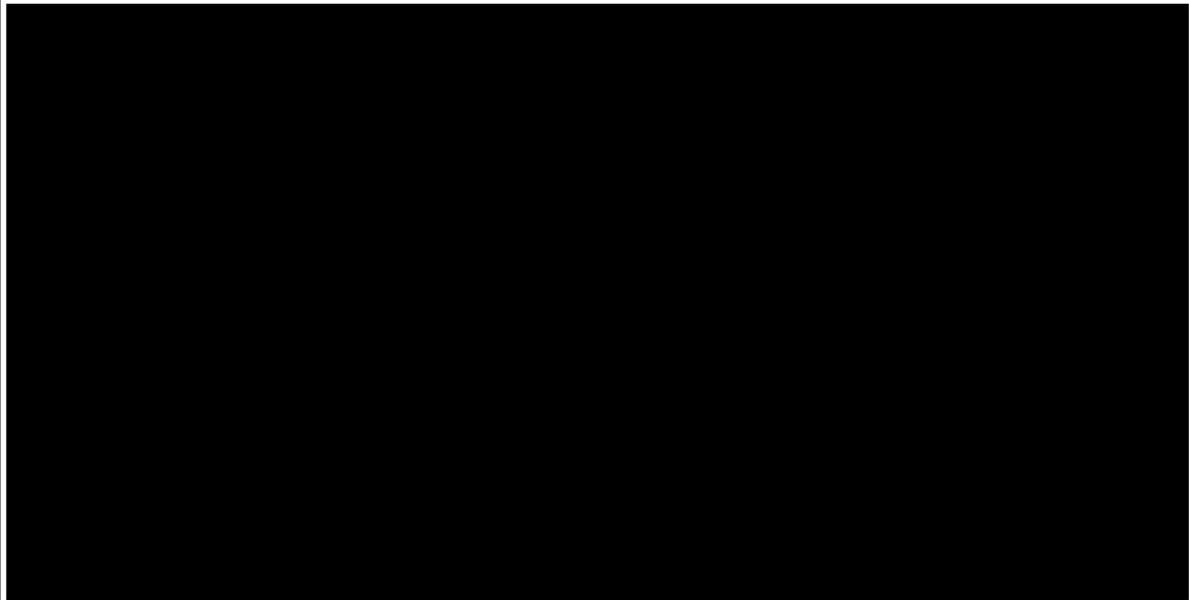
2024

VANITY FAIR

Data 20-03-2024  
Pagina  
Foglio 1

# VANITY FAIR

Italia **Newsletter**   
People Show News Beauty & Health Fashion Lifestyle Food & Travel Next Video Podcast Vanity Scelti Per Te Festival di Sanremo



## Future For Fashion 2024 - Dario Fabbri

Descrizione

Torna l'evento organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa che vuole stimolare una profonda riflessione sul futuro della moda e del made in Italy attraverso la voce dei protagonisti. Future For Fashion quest'anno punta i riflettori sulla trasformazione di esigenze, comportamento e scelte dei consumatori, in due mezze giornate ricche di incontri. In questo appuntamento Dario Fabbri, Analista geopolitico, Direttore Domino dialoga con Simone Marchetti, Direttore Editoriale Europa Vanity Fair e Direttore Vanity Fair Italia

Publicato il 20/03/2024  
ALTRI VIDEO

[CHIUDI](#)

Jasmine Trinca: la trasformazione

Matthew McConaughey, la trasformazione fino a Serenity

162763



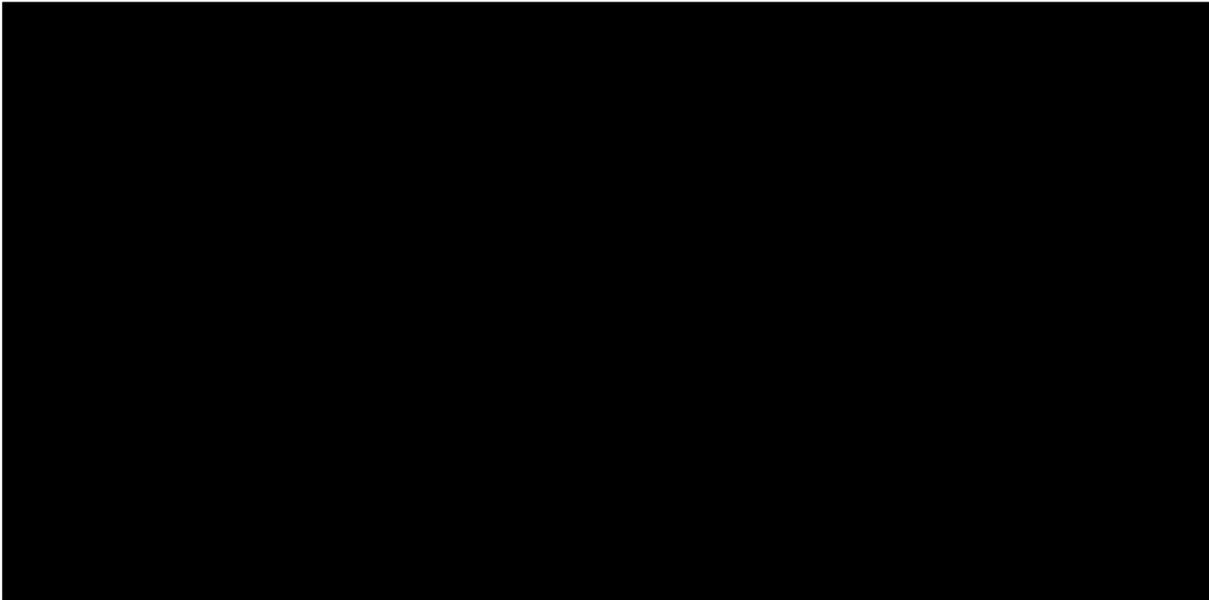
2024

VANITY FAIR

Data 20-03-2024  
Pagina  
Foglio 1

# VANITY FAIR

Italia [Newsletter](#) [People](#) [Show](#) [News](#) [Beauty & Health](#) [Fashion](#) [Lifestyle](#) [Food & Travel](#) [Next](#) [Video](#) [Podcast](#) [Vanity Scelti Per Te](#) [Festival di Sanremo](#)



## Future For Fashion 2024 - Ida Palombella

### Descrizione

Torna l'evento organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa che vuole stimolare una profonda riflessione sul futuro della moda e del made in Italy attraverso la voce dei protagonisti. Future For Fashion quest'anno punta i riflettori sulla trasformazione di esigenze, comportamento e scelte dei consumatori, in due mezzogiornate ricche di incontri. In questo appuntamento Ida Palombella, Partner di Deloitte Legal StArl S.B. – Head of IP, Technology and Data Protection e Global Fashion&Luxury Coe co-Leader dialoga con Maria Silvia Sacchi, Fondatrice The Platform, Fashion Industry Insights

Pubblicato il 20/03/2024  
ALTRI VIDEO

[CHIUDI](#)

**Pista da Bob a Cortina: Mario Brunello suona per gli alberi abbattuti**

**La festa degli Oscar con Vanity Fair**

162/763



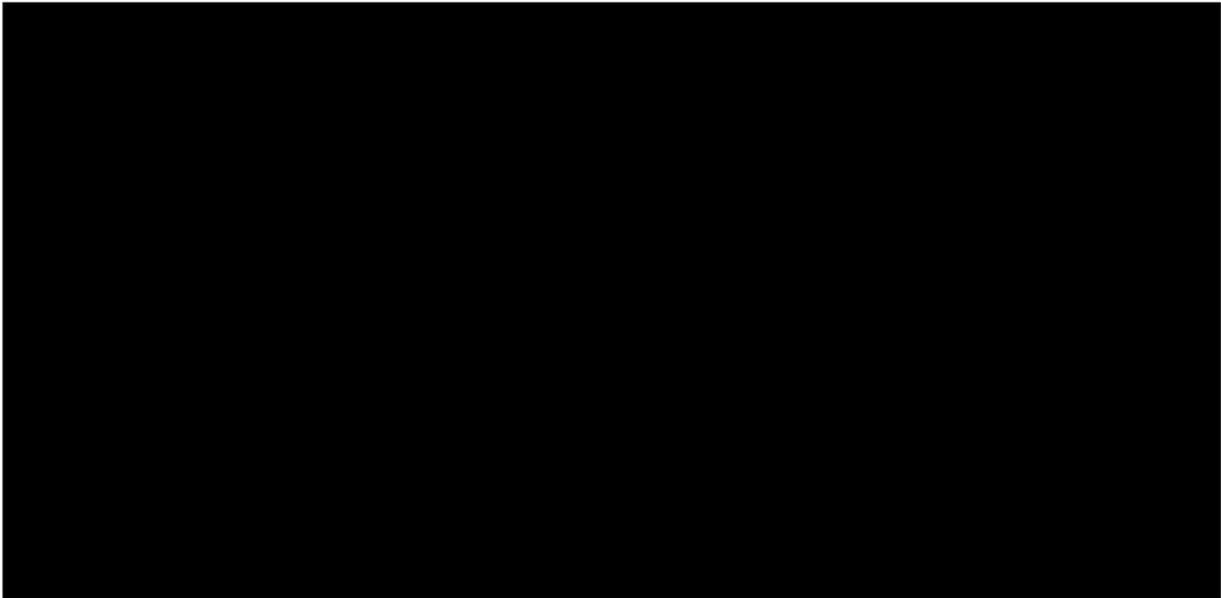
2024

VANITY FAIR

Data 20-03-2024  
Pagina  
Foglio 1

# VANITY FAIR

Italia Newsletter   
People Show News Beauty & Health Fashion Lifestyle Food & Travel Next Video Podcast Vanity Scelti Per Te Festival di Sanremo



## Future For Fashion 2024 - Luisa Benigno, Luca Sburlati, Flavio Sciuccati

### Descrizione

Torna l'evento organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa che vuole stimolare una profonda riflessione sul futuro della moda e del made in Italy attraverso la voce dei protagonisti. Future For Fashion quest'anno punta i riflettori sulla trasformazione di esigenze, comportamento e scelte dei consumatori, in due mezze giornate ricche di incontri. In questo appuntamento Luisa Benigno, CEO Calzaturificio GGDB-Sirio, Luca Sburlati, Amministratore Delegato Pattern e Flavio Sciuccati, Senior Partner – The European House – Ambrosetti – Director of The Global Fashion & Luxury Unit dialogano con Maria Silvia Sacchi, Fondatrice The Platform, Fashion Industry Insights

Pubblicato il 20/03/2024  
ALTRI VIDEO

Gestire l'azienda: il mio sogno

[CHIUDI](#)

162763



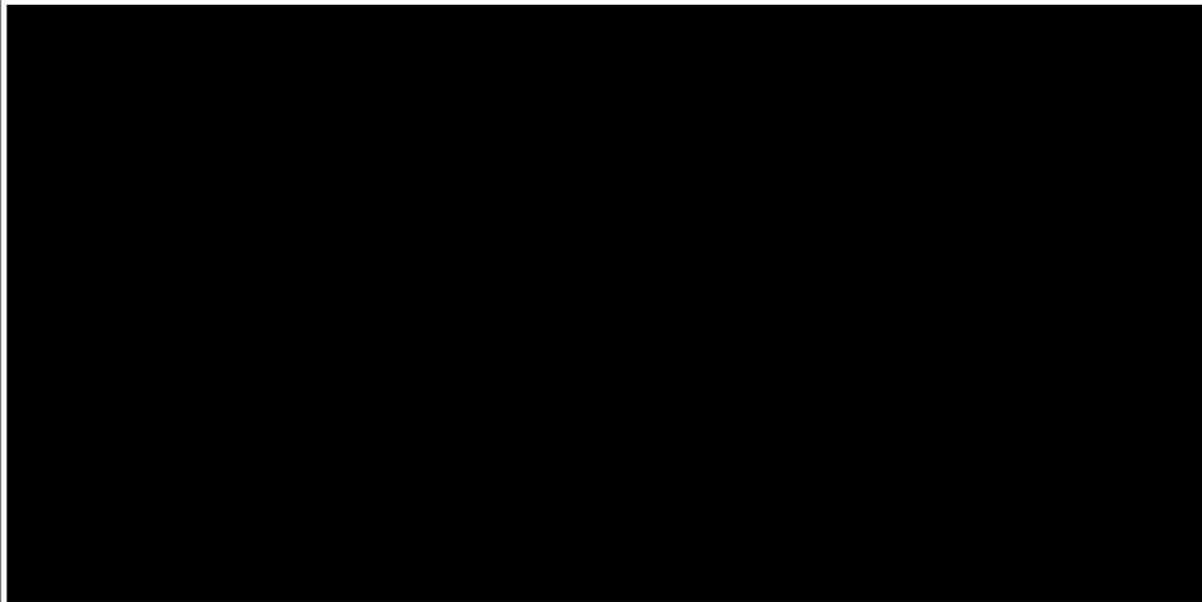
2024

VANITY FAIR

Data 20-03-2024  
Pagina  
Foglio 1

# VANITY FAIR

Italia Newsletter   
People Show News Beauty & Health Fashion Lifestyle Food & Travel Next Video Podcast Vanity Scelti Per Te Festival di Sanremo



## Future For Fashion 2024 - Maria Giulia Governa

### Descrizione

Torna l'evento organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa che vuole stimolare una profonda riflessione sul futuro della moda e del made in Italy attraverso la voce dei protagonisti. Future For Fashion quest'anno punta i riflettori sulla trasformazione di esigenze, comportamento e scelte dei consumatori, in due mezze giornate ricche di incontri. In questo appuntamento Giulia Maria Governa, Head of Consumer & Retail M&A, Divisione IMI Corporate & Investment Banking Intesa Sanpaolo dialoga con Maria Silvia Sacchi, Fondatrice The Platform, Fashion Industry Insights

Pubblicato il 20/03/2024  
ALTRI VIDEO

CHIUDI

Pista da Bob a Cortina: Mario Brunello suona per gli alberi abbattuti

162763



2024

VANITY FAIR

Data 20-03-2024  
Pagina  
Foglio 1

# VANITY FAIR

Italia Newsletter   
People Show News Beauty & Health Fashion Lifestyle Food & Travel Next Video Podcast Vanity Scelti Per Te Festival di Sanremo



## Future For Fashion 2024 - Massimiliano Giornetti, Attila Kiss e Stefania Lazzaroni

### Descrizione

Torna l'evento organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa che vuole stimolare una profonda riflessione sul futuro della moda e del made in Italy attraverso la voce dei protagonisti. Future For Fashion quest'anno punta i riflettori sulla trasformazione di esigenze, comportamento e scelte dei consumatori, in due mezze giornate ricche di incontri. In questo appuntamento Massimiliano Giornetti, Direttore Polimoda, Attila Kiss, Amministratore Delegato Gruppo Florence e Stefania Lazzaroni, Direttrice Generale Altagamma dialogano con Maria Silvia Sacchi, Fondatrice The Platform, Fashion Industry Insights

Pubblicato il 20/03/2024  
ALTRI VIDEO

**Pista da Bob a Cortina: Mario Brunello suona per gli alberi abbattuti**

CHIUDI

162763



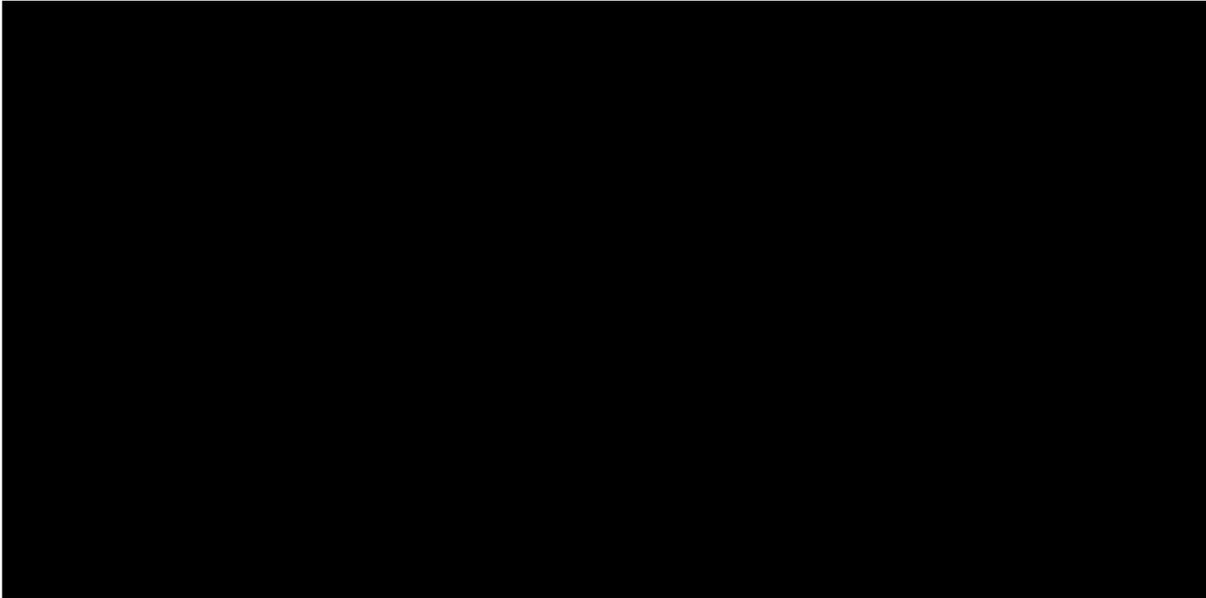
2024

VANITY FAIR

Data 20-03-2024  
Pagina  
Foglio 1

# VANITY FAIR

Italia [Newsletter](#)   
[People](#) [Show](#) [News](#) [Beauty & Health](#) [Fashion](#) [Lifestyle](#) [Food & Travel](#) [Next](#) [Video](#) [Podcast](#) [Vanity Scelti Per Te](#) [Festival di Sanremo](#)



## Future For Fashion 2024 - Matteo Mantellassi

### Descrizione

Torna l'evento organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa che vuole stimolare una profonda riflessione sul futuro della moda e del made in Italy attraverso la voce dei protagonisti. Future For Fashion quest'anno punta i riflettori sulla trasformazione di esigenze, comportamento e scelte dei consumatori, in due mezza giornate ricche di incontri. In questo appuntamento Matteo Mantellassi, CEO Manteco dialoga con Maria Silvia Sacchi, Fondatrice The Platform, Fashion Industry Insights

Pubblicato il 20/03/2024  
ALTRI VIDEO

**Pista da Bob a Cortina: Mario Brunello suona per gli alberi abbattuti**

**La festa degli Oscar con Vanity Fair**

CHIUDI

162763



2024

VANITY FAIR

Data 20-03-2024  
Pagina  
Foglio 1

# VANITY FAIR

Italia [Newsletter](#)   
People Show News Beauty & Health Fashion Lifestyle Food & Travel Next Video Podcast Vanity Scelti Per Te Festival di Sanremo



## Future For Fashion 2024 - Maurizio Bigazzi, Dario Nardella e Simone Verde

### Descrizione

Torna l'evento organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa che vuole stimolare una profonda riflessione sul futuro della moda e del made in Italy attraverso la voce dei protagonisti. Future For Fashion quest'anno punta i riflettori sulla trasformazione di esigenze, comportamento e scelte dei consumatori, in due mezza giornate ricche di incontri. In questo appuntamento Maurizio Bigazzi, Presidente di Confindustria Toscana Centro e Costa – Firenze Livorno Massa Carrara; Presidente di Confindustria Toscana, Dario Nardella, Sindaco del Comune di Firenze, Simone Verde, Direttore delle Gallerie degli Uffizi dialogano con Maria Silvia Sacchi, Fondatrice The Platform, Fashion Industry Insights

Pubblicato il 20/03/2024  
ALTRI VIDEO

**Pista da Bob a Cortina: Mario Brunello suona per gli alberi abbattuti**

CHIUDI

162763



2024

VANITY FAIR

Data 20-03-2024  
Pagina  
Foglio 1

# VANITY FAIR

Italia **Newsletter**   
People Show News Beauty & Health Fashion Lifestyle Food & Travel Next Video Podcast Vanity Scelti Per Te Festival di Sanremo



## Future For Fashion 2024 - Micaela Le Divelec

### Descrizione

Torna l'evento organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa che vuole stimolare una profonda riflessione sul futuro della moda e del made in Italy attraverso la voce dei protagonisti. Future For Fashion quest'anno punta i riflettori sulla trasformazione di esigenze, comportamento e scelte dei consumatori, in due mezza giornate ricche di incontri. In questo appuntamento Micaela Le Divelec, Independent Luxury Advisor dialoga con Simone Marchetti, Direttore Editoriale Europa Vanity Fair e Direttore Vanity Fair Italia

Pubblicato il 20/03/2024  
ALTRI VIDEO

CHIUDI

Emma Bonino, la nostra veterana d'Europa

Federico a 12 anni conquista il Monte Bianco

162763



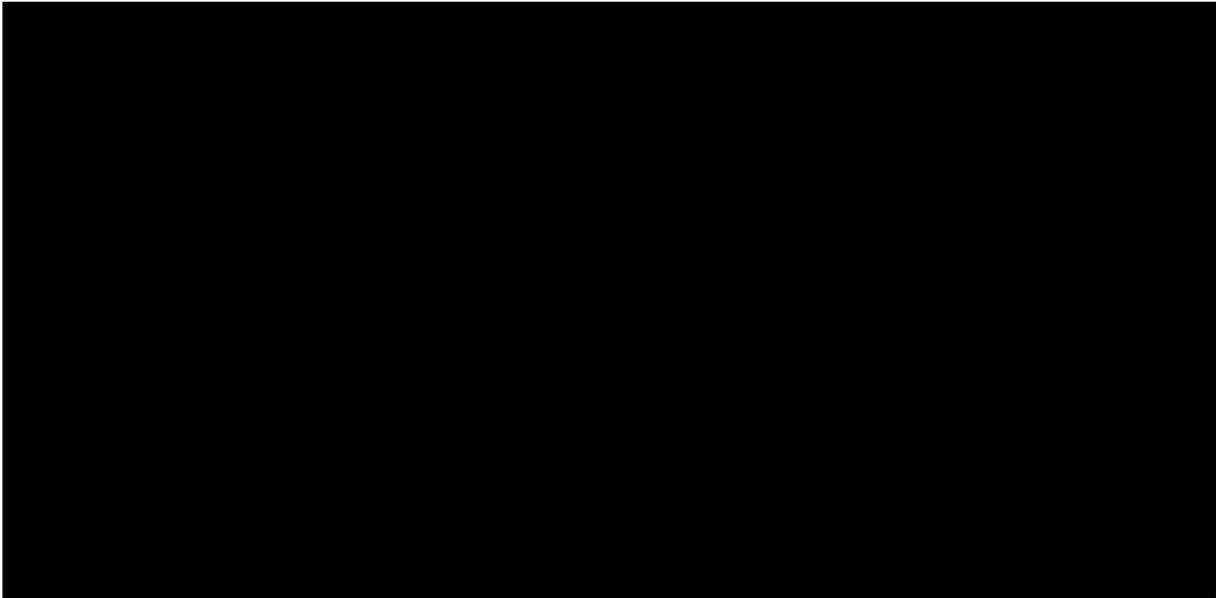
2024

VANITY FAIR

Data 20-03-2024  
Pagina  
Foglio 1

# VANITY FAIR

Italia Newsletter   
People Show News Beauty & Health Fashion Lifestyle Food & Travel Next Video Podcast Vanity Scelti Per Te Festival di Sanremo



## Future For Fashion 2024 - Niccolò Moschini

### Descrizione

Torna l'evento organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa che vuole stimolare una profonda riflessione sul futuro della moda e del made in Italy attraverso la voce dei protagonisti. Future For Fashion quest'anno punta i riflettori sulla trasformazione di esigenze, comportamento e scelte dei consumatori, in due mezza giornate ricche di incontri. In questo appuntamento Niccolò Moschini, Vicepresidente Confindustria Toscana Centro e Costa – Firenze Livorno Massa Carrara con delega al Made in Italy conclude l'evento

Pubblicato il 20/03/2024  
ALTRI VIDEO

CHIUDI

I capelli non hanno genere, la campagna internazionale di P&G e Pantene

Janet & Janet, i texani per l'autunno

162763



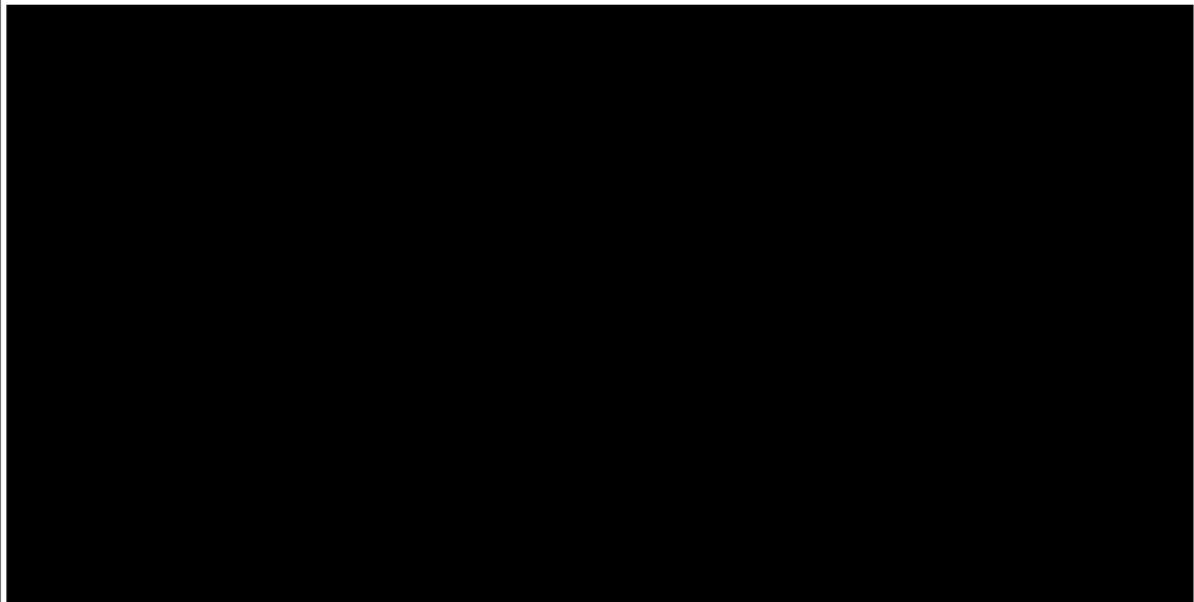
2024

VANITY FAIR

Data 20-03-2024  
Pagina  
Foglio 1

# VANITY FAIR

Italia Newsletter   
People Show News Beauty & Health Fashion Lifestyle Food & Travel Next Video Podcast Vanity Scelti Per Te Festival di Sanremo



## Future For Fashion 2024 - Sergio Tamborini

### Descrizione

Torna l'evento organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa che vuole stimolare una profonda riflessione sul futuro della moda e del made in Italy attraverso la voce dei protagonisti. Future For Fashion quest'anno punta i riflettori sulla trasformazione di esigenze, comportamento e scelte dei consumatori, in due mezza giornate ricche di incontri. In questo appuntamento Sergio Tamborini, Presidente di Sistema Moda Italia dialoga con Maria Silvia Sacchi, Fondatrice The Platform, Fashion Industry Insights

Publicato il 20/03/2024  
ALTRI VIDEO

[CHIUDI](#)

Pista da Bob a Cortina: Mario Brunello suona per gli alberi abbattuti

La festa degli Oscar con Vanity Fair

162763



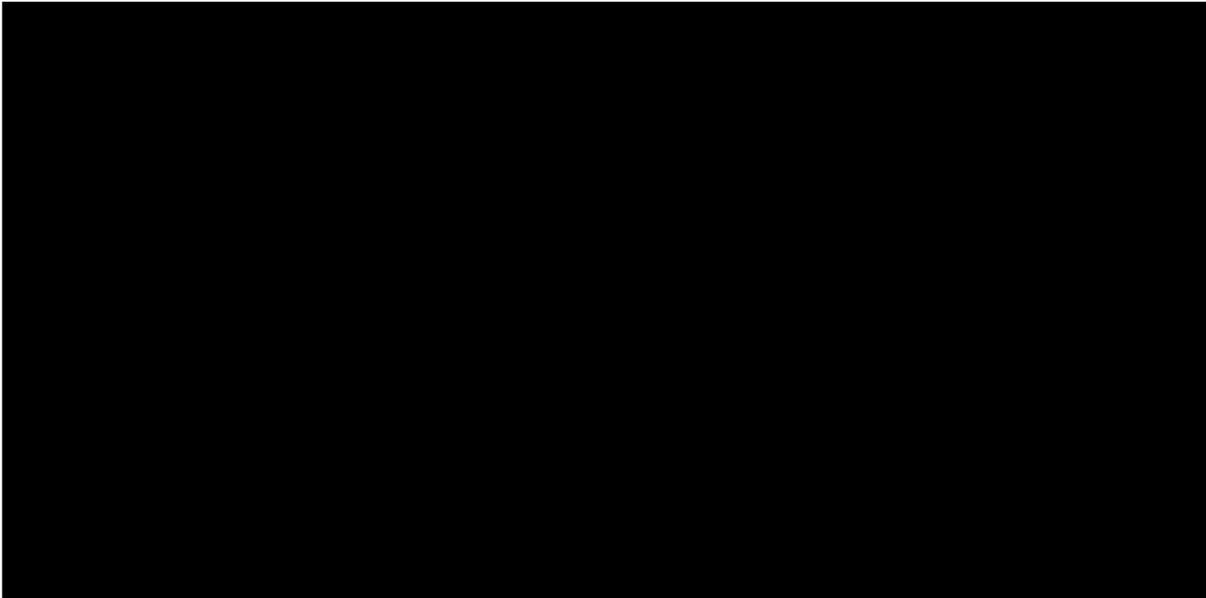
2024

VANITY FAIR

Data 20-03-2024  
Pagina  
Foglio 1

# VANITY FAIR

Italia [Newsletter](#) [People](#) [Show](#) [News](#) [Beauty & Health](#) [Fashion](#) [Lifestyle](#) [Food & Travel](#) [Next](#) [Video](#) [Podcast](#) [Vanity Scelti Per Te](#) [Festival di Sanremo](#)



## Future For Fashion 2024 - Stefano Giacomelli e Chiara Corini

### Descrizione

Torna l'evento organizzato da Confindustria Toscana Centro e Costa che vuole stimolare una profonda riflessione sul futuro della moda e del made in Italy attraverso la voce dei protagonisti. Future For Fashion quest'anno punta i riflettori sulla trasformazione di esigenze, comportamento e scelte dei consumatori, in due mezza giornate ricche di incontri. In questo appuntamento Stefano Giacomelli, Deputy Chairman Smythson of Bond Street, CEO Tivoli Group e Chiara Corini, VP Leathergoods Product and Supply Chain, Burberry dialogano con Maria Silvia Sacchi, Fondatrice The Platform, Fashion Industry Insights

Pubblicato il 20/03/2024  
ALTRI VIDEO

**Pista da Bob a Cortina: Mario Brunello suona per gli alberi abbattuti**



**MARK UP** MARKETING & CONSUMI | PROTAGONISTI | QUADERNI | REAL ESTATE & FRANCHISING | PHARMALAB | DIGITAL MANAGER CLUB

NEWS | I PIÙ VISTI | LE OPINIONI | EVENTI | MAPPA DELLA DISTRIBUZIONE | VIDEO | PODCAST | ACCEDI / REGISTRATI

f FACEBOOK | Instagram | in LINKEDIN | RSS | Twitter | YOUTUBE

Home > News > Land of Fashion: gli Outlet come luoghi di acquisto cross-generation



## Land of Fashion: gli Outlet come luoghi di acquisto cross-generation

Roberto Pacifico 21 Marzo 2024



La ceo di Land of Fashion, **Benedetta Chiara Conticelli**, è intervenuta alla terza edizione di Future for Fashion sul tema: *l'anima del consumatore*

Nella cornice della Sala Bianca di Palazzo Pitti a Firenze, **Benedetta Chiara Conticelli**, ceo di **Land of Fashion**, è intervenuta all'evento *Future for Fashion* che, in questa terza edizione, ha sviluppato il tema *L'anima del consumatore*. Tre i punti principali dell'intervento di Conticelli, moderato da **Simone Marchetti**, direttore editoriale Europa *Vanity Fair* e direttore *Vanity Fair Italia*: **resilienza dello store fisico, approccio all'acquisto cross-generation e sfide future dei marchi**. Benedetta Chiara Conticelli ha presentato i Villaggi outlet di *Land of Fashion*. *"I Villaggi sono luoghi di svago e soprattutto capaci di soddisfare le esigenze di acquisto di diverse generazioni, dai boomer ai consumatori X, ai millennial fino alle generazioni più giovani. Negli outlet convergono l'approccio di acquisto tradizionale e quello funzionale, alla ricerca di*



Abbonati a Mark Up

Edicola web

Iscriviti alla newsletter

Twitter

Tweets by @Mark\_Up\_

*eccellente rapporto qualità/prezzo, esperienza, sperimentazione e socializzazione. Il tutto avviene in luoghi dove l'ambiente, la struttura, l'artigianalità e il cibo sono permeati dal territorio ospitante, e arricchiti da eventi immersivi creati appositamente per i nostri ospiti".*

Benedetta Conticelli ha concluso parlando del futuro sottolineando, in un'era di incertezza geopolitica, l'importanza della flessibilità delle aziende di adattarsi velocemente al contesto; e qual è il futuro di **Land of Fashion Villages?** *"Continuare a fornire prodotti di qualità e costruire momenti in cui le persone stanno bene per creare ricordi tangibili che contano".*

*Future For Fashion* è un progetto finalizzato a promuovere una riflessione sull'evoluzione e il futuro della moda, intesa non solo come settore economico di riferimento per il made in Italy, ma anche come espressione culturale e sociale. Tra i partecipanti al convegno tanti i nomi di spicco nel campo della moda che hanno partecipato con la loro voce ad un approfondimento sul tema del convegno. L'edizione 2024 ha coinvolto alcune delle principali scuole di moda e design, per stimolare gli studenti su temi di attualità e condividere con il pubblico le considerazioni più significative emerse dal confronto con i ragazzi.

TAG **Benedetta Conticelli** **Future for Fashion** **Land of Fashion** **Outlet Village**



Articolo precedente

Italia sopra media Ue per numero di donne nei CdA, ma solo il 4% è Ad



**Roberto Pacifico**

Seguo soprattutto il retail e l'immobiliare commerciale, con sporadiche incursioni su industria e marketing. Scrivo anche di letteratura e musica (ma this is quite a different story...)

ARTICOLI CORRELATI

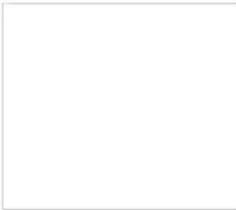
Dello stesso autore



Italia sopra media Ue per numero di donne nei CdA, ma solo il 4% è Ad



Amazon compra una parafarmacia a Milano: il commento dell'eRetailer



Caffè, due scoperte italiane per un consumo più green



### DIGITAL MANAGER CLUB

Sei un digital manager? La tua impresa è impegnata nella Digital Transformation?

Gli aggiornamenti sulle ultime innovazioni e trend, per gestire la trasformazione culturale in azienda e identificare nuove opportunità di business

SCOPRI IL DIGITAL MANAGER CLUB

Home > News > Land of Fashion: gli Outlet Village a Future for Fashion



## Land of Fashion: gli Outlet Village a Future for Fashion

Roberto Pacifico 21 Marzo 2024



La ceo di Land of Fashion, **Benedetta Chiara Conticelli**, è intervenuta alla terza edizione di Future for Fashion sul tema: *l'anima del consumatore*

Nella cornice della Sala Bianca di Palazzo Pitti a Firenze, **Benedetta Chiara Conticelli**, ceo di **Land of Fashion**, è intervenuta all'evento *Future for Fashion* che, in questa terza edizione, ha sviluppato il tema *L'anima del consumatore*. Tre i punti principali dell'intervento di Conticelli, moderato da **Simone Marchetti**, direttore editoriale Europa *Vanity Fair* e direttore *Vanity Fair Italia*: **resilienza dello store fisico, approccio all'acquisto cross-generation e sfide future dei marchi**. Benedetta Chiara Conticelli ha presentato i Villaggi outlet di *Land of Fashion*. "I Villaggi sono luoghi di **svago** e soprattutto capaci di **soddisfare le esigenze di acquisto di diverse generazioni**, dai boomer ai consumatori X, ai millennial fino alle generazioni più giovani. Negli outlet convergono l'approccio di acquisto tradizionale e quello funzionale, alla ricerca di



Abbonati a Mark Up

Edicola web

Iscriviti alla newsletter

Twitter

Tweets by @Mark\_Up\_

eccellente rapporto qualità/prezzo, esperienza, sperimentazione e socializzazione. Il tutto avviene in luoghi dove l'ambiente, la struttura, l'artigianalità e il cibo sono permeati dal territorio ospitante, e arricchiti da eventi immersivi creati appositamente per i nostri ospiti".

Benedetta Conticelli ha concluso parlando del futuro sottolineando, in un'era di incertezza geopolitica, l'importanza della flessibilità delle aziende di adattarsi velocemente al contesto; e qual è il futuro di **Land of Fashion Villages**? "Continuare a fornire prodotti di qualità e costruire momenti in cui le persone stanno bene per creare ricordi tangibili che contano".

*Future For Fashion* è un progetto finalizzato a promuovere una riflessione sull'evoluzione e il futuro della moda, intesa non solo come settore economico di riferimento per il made in Italy, ma anche come espressione culturale e sociale. Tra i partecipanti al convegno tanti i nomi di spicco nel campo della moda che hanno partecipato con la loro voce ad un approfondimento sul tema del convegno. L'edizione 2024 ha coinvolto alcune delle principali scuole di moda e design, per stimolare gli studenti su temi di attualità e condividere con il pubblico le considerazioni più significative emerse dal confronto con i ragazzi.

TAG **Benedetta Conticelli** **Future for Fashion** **Land of Fashion** **Outlet Village**



Articolo precedente

Italia sopra media Ue per numero di donne nei CdA, ma solo il 4% è Ad



**Roberto Pacifico**

Seguo soprattutto il retail e l'immobiliare commerciale, con sporadiche incursioni su industria e marketing. Scrivo anche di letteratura e musica (ma this is quite a different story...)

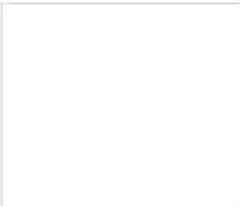
ARTICOLI CORRELATI **Dello stesso autore**



Italia sopra media Ue per numero di donne nei CdA, ma solo il 4% è Ad



Amazon compra una parafarmacia a Milano: il commento dell'eRetailer



Caffè, due scoperte italiane per un consumo più green



**DIGITAL MANAGER CLUB**

Sei un digital manager? La tua impresa è impegnata nella Digital Transformation?

Gli aggiornamenti sulle ultime innovazioni e trend, per gestire la trasformazione culturale in azienda e identificare nuove opportunità di business

**SCOPRI IL DIGITAL MANAGER CLUB**

### FFF2024, i giovani non vogliono piu' lavorare con le mani

L'Sos: Nei prossimi anni non si presenteranno all'appello 346mila figure professionali e solo il 50% potrà essere rimpiazzato. Silvia Gigli Facciamoli appassionare chiede quasi con disperazione Antonio De Matteis, presidente di Pitti Immagine e ad di Kiton. I soggetti chiamati in causa sono i giovani. I loro volti hanno dominato la platea di Future for Fashion 2024 . Arrivavano dalle maggiori scuole di moda fiorentine, dal Polimoda all'Istituto Marangoni. Ma chi sono?



Cosa desiderano? E, soprattutto, sono disposti a sporcarsi le mani come invoca appassionato De Matteis? È una generazione con valori diversi rispetto al passato , hanno un linguaggio più intimo, unico spiega Massimiliano Giornetti, direttore del Polimoda, struttura che accoglie 2200 studenti provenienti da 70 Paesi diversi. A cosa si appassioneranno questi ragazzi? Al fatto a mano? Davvero l'artigianalità può essere un linguaggio adatto a loro? Altagamma: Mancheranno 346mila lavoratori della manifattura Di certo lo spera Stefania Lazzaroni, direttrice generale di Altagamma. Mancano le mani, manca la vocazione verso la manifattura avverte sconsolata. E spiega che nei prossimi anni non si presenteranno all'appello 346mila figure professionali e solo il 50% potrà essere rimpiazzato. Una vera débacle per il settore. Per troppo tempo si è demonizzato il lavoro manuale , eppure un artigiano può guadagnare come un impiegato e spesso anche di più. La soluzione? Coinvolgere i ragazzi partendo dalle scuole medie , far capire che la manifattura può avere un autentico appeal. La moda è cultura, il saper fare è cultura, dobbiamo convincere tutti di questo chiosa Giornetti. Altrimenti avremo problemi seri per le nostre aziende e per tutta la filiera sentenza Attila Kiss del Gruppo Florence. Ci vuole una campagna europea sull'intelligenza artigianale dicono all'unisono. Servirà? O il mitico pezzo di carta avrà definitivamente la meglio sull'antica e fondamentale sapienza del lavoro manuale? All'Italia manca la coscienza della propria eccellenza sentenza Simone Marchetti, direttore di Vanity Fair. Ma se Burberry entra nella manifattura italiana e Mantero, a Prato, da 80 anni ricicla tessuti di assoluta eccellenza, una speranza ci può essere ancora. Basta saperla comunicare a chi la deve fare propria. Non è un caso, allora, che la mostra dei primi 40 anni di D&G si intitoli Dal cuore alle mani. Silvia Gigli Condividi

#### Vanity Eventi



## La nuova scommessa

Cambiano le tendenze, i consumatori e gli orizzonti: in che direzione va la moda italiana? Come mantenerne l'eccellenza nel mondo? Come rendere sexy la sostenibilità? Le risposte di *Future For Fashion*

di VIOLA FRANCIANI

**P**er l'Italia la moda non è più solo una scommessa economica, ma il modo in cui può crescere in emancipazione e unicità. Il 14 e 15 marzo scorsi, a Palazzo Pitti a Firenze, si è tenuto *Future For Fashion*, l'evento organizzato da **Confindustria Toscana Centro e Costa** in collaborazione con Centro di Firenze per la Moda Italiana, che ha raccolto le voci della manifattura e del retail per fare il punto sul nuovo ciclo della moda made in Italy. In un momento di grande cambiamento per il mercato, non si tratta solo di difendere la nostra identità come creatori ed esportatori di lusso, ma anche di riconoscere che il Paese si sta modificando, accogliendo figure innovative e influenze dall'estero che faranno parte dei nuovi orizzonti del fashion italiano. Esattamente come succede in ogni capovolgimento

storico, come ha precisato il direttore di *Dominio* Dario Fabbri. Un occhio di riguardo alla sostenibilità: perché non farla diventare sexy? La sensibilità ambientale deve diventare un valore aggiunto, una nota di quel sex appeal che le nuove generazioni cercano negli abiti, come ha sottolineato Matteo Mantellassi, ceo di Manteco, in dialogo con Simone Marchetti, moderatore dell'evento insieme a Maria Silvia Sacchi, Fondatrice di The Platform. E se si parla di futuro, si parla di educazione: gli studenti delle scuole Polimoda, Istituto Europeo di Design, Istituto Marangoni e Accademia Italiana hanno visionato i loro portfolio con l'aiuto di Sara Sozzani Maino, Creative Director Fondazione Sozzani, del designer Angelo Figus e di Matteo Ward, ceo di WRAD, e discusso su come affacciarsi al futuro della moda italiana.

#### VOCI AUTOREVOLI

1. Il direttore di *Vanity Fair* Simone Marchetti con Dario Fabbri, analista geopolitico.
2. Sara Sozzani Maino con Matteo Ward (a sinistra) e Angelo Figus.
3. Niccolò Moschini di Confindustria.
4. Stefania Lazzaroni, direttrice generale Altagamma.
5. Antonella Mansi, presidente Centro di Firenze per la Moda Italiana.
6. Carlo Capasa, presidente Camera Nazionale della Moda Italiana.
7. Eva Desiderio, critica di moda.
8. Maria Silvia Sacchi e Giulia Maria Governi di Intesa Sanpaolo.
9. Micaela Le Divelec, luxury advisor.
10. Il sindaco di Firenze Dario Nardella.

CLARA VANNUCCI

151945