



UNIONE EUROPEA
Fondo sociale europeo



REGIONE DEL VENETO



POR FSE 2014-2020
REGIONE del VENETO

FSC

Fondo per lo Sviluppo
e la Coesione



Organismo di Formazione
accreditato
dalla Regione
del Veneto



RELAZIONE FINALE PROGETTO

“L2 - F.I.T.: Innovazione nel comparto Moda Veneto”

10380113
CODICE PROGETTO
4285-0002-497-2021

DGR N. 497 del
20/04/2021 –
**Alleniamoci al futuro.
Nuove competenze
per il lavoro che
cambia. Anno 2021**

INQUADRAMENTO GENERALE

Il presente progetto pluriaziendale Linea 2 si è rivolto a 5 PMI del comparto moda e, a seconda dei fabbisogni individuati in ciascuna azienda beneficiaria, ha insistito sulle macro-traiettorie “Marketing innovativo e virtualizzazione dei prodotti” - Traiettorie “Innovazione e digitalizzazione nei processi di marketing” e “Progettazioni creative” – Traiettorie “Tecnologie per il design e la prototipazione dei prodotti creativi per la moda e l’arredamento”,

Il progetto voleva rispondere alla situazione di stallo del comparto moda che ha subito i peggiori effetti della crisi da Covid-19 (confermata dall’apertura di un tavolo di crisi da parte della Regione Veneto). Nei primi 11 mesi del 2020 questo settore aveva registrato una perdita di fatturato del 27,8%, oltre quindici punti in più del calo del 12,6% della media del manifatturiero. L’abbigliamento e la pelle erano i due peggiori comparti con -31,4% il primo e -31,2 il secondo. La CIG aveva registrato un aumento del 1.850%, con un crollo delle assunzioni del 34% nei primi 11 mesi del 2020 rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, molto peggiori della media veneta.

La convinzione che esistesse una relazione di stretta consequenzialità tra innalzamento delle capacità innovative del Sistema Moda e le sue concrete possibilità di recupero di competitività sui mercati globali è stata condivisa dalle imprese partecipanti al progetto: al di là della necessità di razionalizzazione e contenimento dei costi, un ruolo centrale per il rafforzamento della competitività viene affidato alla capacità di innovare nella direzione di un processo di valorizzazione del prodotto tessile in tutti quei contenuti – materiali ed immateriale - che oggi il consumatore finale gli attribuisce e riconosce.

La chiave, secondo noi, doveva essere quella di superare un approccio tradizionale manifatturiero centrato sulla produzione per accedere ad un modello in cui assumesse rilievo la capacità di sviluppare un mix strategico fatto di:

- investimenti su tecnologie di processo e prodotto capaci di contribuire all’efficienza operativa nonché alla valorizzazione del prodotto attraverso l’accorciamento dei tempi al mercato

- investimenti su creatività, marketing e distribuzione, in grado di conferire valore immateriale allo stesso prodotto.

L’analisi preliminare dei fabbisogni aveva infatti evidenziato come le PMI beneficiarie ricevessero sempre più richieste in merito allo sviluppo del rapporto diretto azienda cliente ed alla personalizzazione sempre più spinta dei capi d’abbigliamento.

Abbiamo quindi puntato su strategie di rilancio aziendale, indirizzate:

- Al miglioramento della customer experience, grazie a tecniche di marketing omnichannel e crossmediali ed alla moltiplicazione dei touch-point azienda-cliente, grazie a configuratori che permettono di “provare” virtualmente i capi, sia nel negozio fisico che online, rafforzando così il coordinamento tra canali di vendita e produzione;
- Potenziare la possibilità di personalizzazione del prodotto grazie a tecnologie di supporto alla progettazione 3D.
- Sono state individuate 2 traiettorie di sviluppo e tecnologiche a loro modo speculari

ISRE

Istituto Superiore
Internazionale Salesiano
di Ricerca Educativa
Contatti: 041 5498 534
progetti@isre.it



- rispetto alla richiesta di avvicinarsi al cliente e ridurre i tempi di risposta, generalmente caratteristiche proprie dei grandi brand:
- “Marketing innovativo e virtualizzazione dei prodotti” - Traiettorie “Innovazione e digitalizzazione nei processi di marketing” (Agnense Srl, Confezione Nadia Srl)
- “Progettazioni creative” – Traiettorie “Tecnologie per il design e la prototipazione dei prodotti creativi per la moda e l’arredamento” Pastelli Srl, Euromark Industries Srl, Gallia Confezioni Srl).

Il progetto aveva la finalità di:

- Adattare le competenze dei dipendenti per favorire la loro permanenza sul lavoro nonostante la crisi del settore pesantemente colpito dalla pandemia di Covid19
- Trasformarli in attori di un cambiamento interno, sviluppando competenze utilizzabili a livello operativo per avviare un processo di innovazione tecnologica.
- Formare il personale selezionato per: definire una strategia di rilancio aziendale, implementare un piano aziendale di rilancio per l’innovazione basato sull’introduzione di specifici software per la digitalizzazione di alcuni processi aziendali, sostenere operativamente il cambiamento.

AMBITI DI APPLICAZIONE

Il progetto si è articolato su 3 fasi:

1. ANALISI DEL FABBISOGNO DI INNOVAZIONE: laboratorio dei feedback e consulenza per:
 - esplicitare i punti di interesse aziendali su cui intervenire con interventi di innovazione tecnologica
 - individuare il fabbisogno di innovazione tecnologica aziendale
2. DEFINIZIONE DI UNA STRATEGIA DI RILANCIO AZIENDALE: action research e project work per:
 - “Innovazione e digitalizzazione nei processi di marketing”
 - Individuazione di possibili strategie di rilancio aziendale sulla base delle buone pratiche esistenti in ambito di virtualizzazione dei prodotti
 - definizione delle linee guida per lo sviluppo operativo del Piano aziendale di innovazione Tr. “Tecnologie per il design e la prototipazione dei prodotti creativi per la moda e l’arredamento”
 - individuazione di possibili strategie di rilancio aziendale sulla base delle buone pratiche esistenti in ambito di progettazione e prototipazione 3D di capi d’abbigliamento
 - definizione delle linee guida per lo sviluppo operativo del Piano aziendale di innovazione
3. IMPLEMENTAZIONE DEL PIANO DI RILANCIO AZIENDALE: formazione indoor, coaching individuale e voucher Alta Formazione per:
 - “Innovazione e digitalizzazione nei processi di marketing”
 - Applicazione delle principali tecniche di vendita crosscanale
 - Utilizzazione di visori per la realtà aumentata
 - Utilizzazione di software per la configurazione di prodotto
 - Gestione del cambiamento culturale e organizzativo derivante dall’innovazione introdotta. Tr. “Tecnologie per il design e la prototipazione dei prodotti creativi per la moda e l’arredamento”
 - Individuazione delle implicazioni della digitalizzazione e virtualizzazione del processo

ISRE

Istituto Superiore
Internazionale Salesiano
di Ricerca Educativa
Contatti: 041 5498 534
progetti@isre.it



di progettazione in relazione all'innovazione del prodotto di abbigliamento nel processo di progettazione

- Distinzione delle opportunità degli strumenti software 3D nella progettazione dell'abbigliamento in tutte le fasi della catena del valore: ideazione, prototipazione, visualizzazione

È stato inoltre erogato un voucher per la partecipazione ad un corso di Alta Formazione sulla tematica del Digital Marketing per far acquisire competenze utili al rilancio aziendale, migliorando il posizionamento sul web e sviluppando contenuti accattivanti per la clientela.

Il loro raggiungimento di tali obiettivi ha contribuito:

- alla digitalizzazione e personalizzazione dei processi di marketing e vendita (sia in store che e-commerce) del settore moda, grazie allo sviluppo di strategie di marketing omnichannel e alla configurazione istantanea dei prodotti, alla digitalizzazione dei processi di progettazione e prototipizzazione dei capi, permettendo la riduzione del time-to-market, alti livelli di personalizzazione del prodotto e risparmio di materiali per la prototipazione.

RISULTATI RAGGIUNTI

Il progetto ha visto la realizzazione di 34 azioni complessive per un totale di 617 ore formative.

Destinatari del progetto erano i titolari delle aziende coinvolte e i responsabili dell'area design/progettazione, produzione e commerciale.

La partecipazione della Proprietà, in alcuni interventi previsti nella proposta progettuale ha avuto una duplice finalità: far acquisire in primis a queste figure la consapevolezza che la ripartenza significa agire concretamente un cambiamento studiato e pianificato con attenzione, nonché creare un forte commitment attorno al progetto.

I dirigenti/direttori delle aree aziendali, sono invece figure chiave dell'elaborazione e della successiva implementazione in azienda del Piano di Rilancio finalizzato all'introduzione di innovazioni produttive legate alla digitalizzazione dei processi di marketing e vendita, da un lato, e di design/progettazione e prototipazione, dall'altro, in base alla traiettoria di sviluppo tecnologico individuata da ciascuna impresa beneficiaria.

La partecipazione di larga parte della struttura aziendale, direttamente o indirettamente, attraverso momenti di condivisione allargata delle attività progettuali, è stata garanzia del raggiungimento degli obiettivi prefissati.

Nell'individuare i destinatari, si è ritenuto strategico il coinvolgimento del middle management per il ruolo attivo che queste figure hanno all'interno dell'azienda. Il loro ingaggio è fondamentale per: avviare e dare continuità al cambiamento attraverso l'introduzione di nuove tecnologie in fase commerciale/marketing o in fase design/progettazione di prodotto.

Le aziende coinvolte hanno aderito a 2 traiettorie di sviluppo e tecnologiche rispetto alla richiesta di avvicinarsi al cliente e ridurre i tempi di risposta, generalmente caratteristiche proprie dei grandi brand:

- "Marketing innovativo e virtualizzazione dei prodotti" - Traiettoria "Innovazione e digitalizzazione nei processi di marketing" (Agnense Srl, Confezione Nadia Srl)
- "Progettazioni creative" - Traiettoria "Tecnologie per il design e la prototipazione dei prodotti creativi per la moda e l'arredamento" (Pastelli Srl, Euromark Industries Srl, Gallia Confezioni Srl).

ISRE

Istituto Superiore
Internazionale Salesiano
di Ricerca Educativa
Contatti: 041 5498 534
progetti@isre.it



Per entrambe le aziende il risultato generale è stato quello di formare il personale selezionato da ciascuna azienda beneficiaria per:

- individuare e definire una strategia di rilancio aziendale partendo dall'innovazione tecnologica e dalla digitalizzazione dei processi individuati, coerenti con la traiettoria di sviluppo prescelta
- implementare un piano aziendale di rilancio per l'innovazione basata sull'introduzione dell'utilizzo di specifici software per la digitalizzazione di alcuni processi aziendali.

Il progetto ha favorito il raggiungimento di diversi vantaggi, ambientali e operativi, consentendo lo sviluppo di piani aziendali che prevedevano di ridurre al minimo i tempi di creazione dei prototipi, i trasporti, le giacenze di magazzino e i resi, oltre all'utilizzo di strumenti digitali, come la realtà virtuale e gli specchi virtuali, al fine di migliorare il coinvolgimento dei clienti nel processo di vendita, incentivando la loro fidelizzazione. Elementi essenziali per migliorare la competitività delle aziende e per interagire in modo più efficace con i consumatori.

I piani di rilancio e le competenze acquisite dai lavoratori avevano la finalità di coniugare una solida esperienza nel settore della moda tradizionale con la creazione di oggetti virtuali che sostituiscano perfettamente l'oggetto fisico in tutte le sue caratteristiche, in modo da poter declinare il digital twin in diverse versioni per soddisfare le diverse esigenze. La creazione di un gemello digitale favorisce la produzione poiché consente di realizzare prototipi, definire il design, creare campionari più moderni e dinamici e avere strumenti di vendita sia all'ingrosso che al dettaglio in tempi nettamente inferiori.

Con le tecnologie digitali è possibile utilizzare software di realtà aumentata o virtuale, con il capo 3D, creando un'esperienza "phygital" all'interno dei negozi e coinvolgendo maggiormente i clienti che visitano gli store.

Anche il mercato digitale ne viene favorito, offrendo la possibilità di acquistare un capo virtuale per farlo indossare a un proprio avatar nei metaversi o in videogiochi 3D dove è possibile avere esperienze simili a quelle fisiche.

La creazione di modelli digitali, senza dover fabbricare capi fisici, comporta anche una riduzione immediata dei tempi di produzione e degli sprechi legati alla creazione di prototipi che non vengono utilizzati ma che vengono gettati via.

I principali obiettivi specifici raggiunti sono stati:

- applicare le principali tecniche di vendita crosscanale, siano per vendita B2C o B2B;
- utilizzare le funzioni base di un visore per la realtà aumentata;
- utilizzare le funzioni base di software per la configurazione di prodotto;
- progettare un prodotto di moda che si integra e interfaccia con le tecnologie attraverso: modellazione 3D; prototipazione; digitalizzazione dei tessuti (compresi i materiali eco-sostenibili); rendering; simulazione e visualizzazione della vestibilità;
- adattare la strategia di innovazione aziendale ai reali fabbisogni aziendali di rinnovo tecnologico ed organizzativo per il rilancio aziendale sul mercato;
- rilevare i fabbisogni espressi dal management sia in materia di riorganizzazione dei processi e delle mansioni e soprattutto in termini di obiettivi che essi vogliono raggiungere;
- individuare i punti di forza e di debolezza degli attuali processi di lavoro dell'impresa;
- supportare i vertici aziendali nella riorganizzazione delle mansioni svolte dai lavoratori;

ISRE

Istituto Superiore
Internazionale Salesiano
di Ricerca Educativa
Contatti: 041 5498 534
progetti@isre.it

I partecipanti inoltre hanno imparato ad impostare da zero una strategia web, coordinando tutte le varie aree di sviluppo del progetto, aiutando a comprendere quali sono i percorsi migliori per la promozione online di un'attività o di un brand favorendo il customer journey. I destinatari hanno acquisito conoscenze ed abilità per gestire siti web e progettare i con-



tenuti adatti alla loro crescita, padroneggiando il funzionamento dei motori di ricerca per migliorarne il posizionamento ed acquisire traffico, aiutando l'azienda ad attirare potenziali clienti ed a monitorare il prospect.

Sono state inoltre affrontate tematiche per progettare campagne pubblicitarie online e funnel di vendita, accompagnate dall'analisi dei dati, con approfondimento dello strumento Google ADS.

ISRE

Istituto Superiore
Internazionale Salesiano
di Ricerca Educativa
Contatti: 041 5498 534
progetti@isre.it